

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BIAYA PENDIDIKAN
TERHADAP MINAT MEREFERENSIKAN DENGAN
KEPUASAN MAHASISWA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagai Persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Manajemen



Disusun Oleh

Nayla An'umi Daroini

Nim : 30402000263

**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BIAYA PENDIDIKAN
TERHADAP MINAT MEREFRENSIAL DENGAN
KEPUASAN MAHASISWA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

DISUSUSN OLEH :

NAYLA AN'UMI DAROINI

NIM : 30402000263

Telah disetujui oleh pembimbing selanjutnya dapat diajukan dihadapan

Sidang panitia ujian Skripsi S1

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

UNISSULA
Universitas Islam Sultan Agung

Semarang, 28 April 2024



Prof. Drs. Widiyanto, M.Si.,ph.D

NIDN : 0627056201

.....

**HALAMAN PERSETUJUAN SETELAH UJIAN SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BIAYA PENDIDIKAN
TERHADAP MINAT MEREFERENSIKAN DENGAN
KEPUASAN MAHASISWA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

Disusun Oleh :

Nayla An'umi Daroini

NIM : 30402000263

Telah dipertahankan di depan penguji

Pada tanggal 10 Mei 2024

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Penguji

Prof. Drs. Widiyanto, M.Si, Ph.D
NIDN : 0627056201

Prof. Dr. Drs. Ken Sudarti, SE, M.Si
NIDN : 0608036701

Dr. Agustina Fitrianingrum, SP.d, MM
NIDN : 1029087902

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Tanggal 10 Mei 2024

Ketua Program Studi Manajemen

Lutfi Nurcholis, ST., SE., MM
NIDN : 0623036901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nayla An'umi Daroini

Nim : 30402000263

Prodi : S1 Manajemen

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul “ PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP MINAT MEREFERENSIKAN DENGAN KEPUASAN MAHASISWA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING ” adalah benar-benar hasil karya sendiri bukan merupakan hasil plagiasi atau publikasi dari hasil karya orang lain, dan juga belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana manajemen di Universitas Islam Sultan Agung atau perguruan tinggi lainnya).

Saya menyatakan sesungguhnya bahwa pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa usulan skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 28 April 2024
Yang menyatakan,



Nayla An'umi Daroini
30402000263

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nayla An'umi Daroini

NIM : 30402000263

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa ~~Tugas Akhir~~/ Skripsi / Tesis /
Disertasi* dengan judul :

**‘PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN BIAYA PENDIDIKAN
TERHADAP MINAT MEREFERENSIKAN DENGAN KEPUASAN
MAHASISWA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING’**

Dan menyetujinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan publikasikannya di internet atau dimedia lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/ Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung segera pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 4 Juni 2024

Yang menyatakan,



Nayla An'umi Daroini

30402000263

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“ Tidak ada kesulitan tanpa melebihi batas (QS Al-Baqarah)

“Aku tak melihat jalan lain untuk mengatasi rasa takutku kecuali membangun keberanian dengan paksa” (Marry Riana)

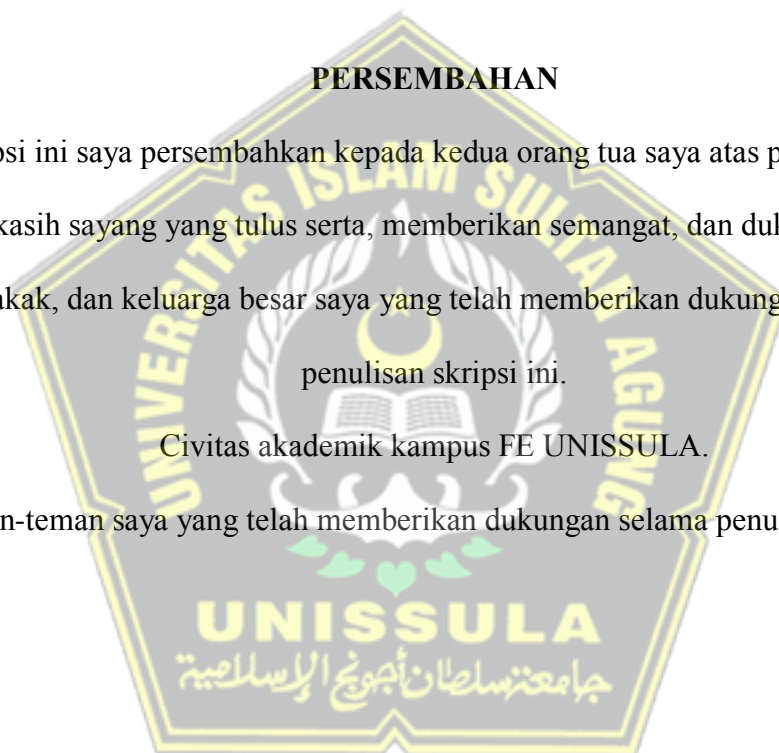
PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya atas pengorbanan kasih sayang yang tulus serta, memberikan semangat, dan dukungan.

Kakak, dan keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan dalam penulisan skripsi ini.

Civitas akademik kampus FE UNISSULA.

Teman-teman saya yang telah memberikan dukungan selama penulisan skripsi.



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Bismillahirrohmanirrohim,

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang mana telah melimpahkan rahmat, dan inayahnya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul ‘’Pengaruh Kualitas Layanan dan Biaya Pendidikan Terhadap Minat mereferensikan dengan Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening’’. Sholawat, dan salam kepada Rasulullah SAW yang senantiasa menjadi inspirasi dan teladan yang baik bagi umat manusia.

Penulis menyadari bahwa banyak sekali dukungan selama menulis skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang tulus dari hati kepada :

1. Prof. Drs. Widiyanto. M.Si., ph.D selaku dosen pembimbing saya karena telah memberikan arahan, dan bimbingan saya selama menulis skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ken Sudarti, S.E., M.Si selaku penguji 1, dan Dr. Agustina Fitrianingrum., S.Pd., M.M selaku penguji 2 dalam seminar proposal penelitian dan seminar hasil saya.
3. Prof. Dr. Heru Sulisty, SE., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Dr. Lutfi Nurcholis, ST., SE., MM selaku ketua jurusan program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
5. Orang tua penulis yang hebat yaitu bapak M. Mukrom, dan ibu Nanik Minaryati karena telah memberikan dukungan, dan kepercayaan sehingga

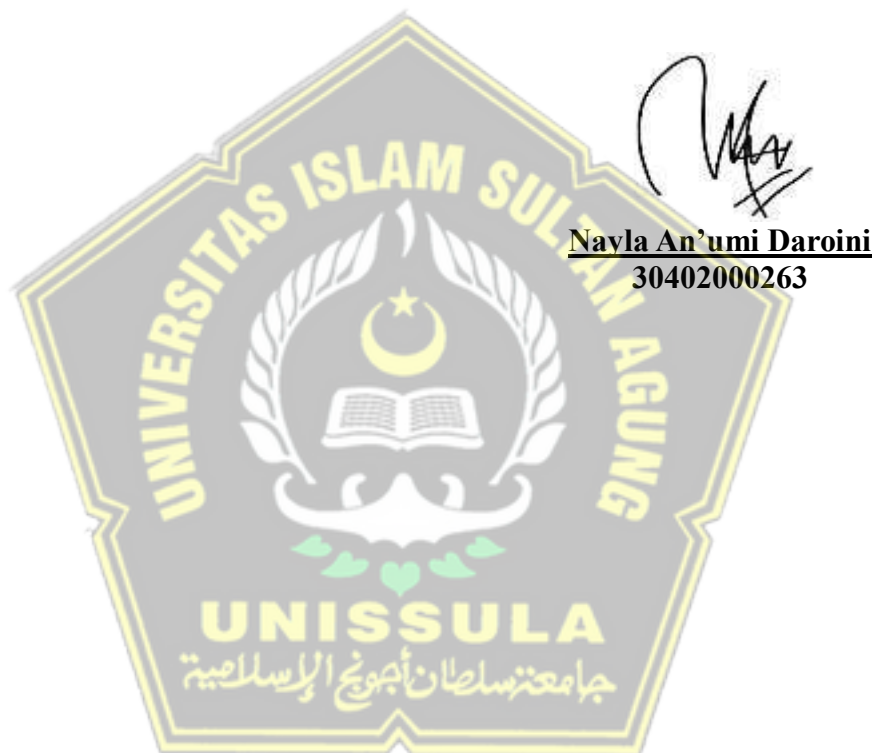
penulis merasakan masa perkuliahan ini dengan lancar atas doanya yang tidak pernah putus, kasih sayang serta cintanya yang tulus, materi, motivasi, perhatian pengorbanan sehingga penulis semangat menjalani hari-harinya, dan bersyukur telah memiliki keluarga seperti ini

6. Kakak penulis Nabighoh Tanjah Muna terimakasih atas motivasi, dan dukungannya.
7. Kepada keluarga besar penulis terimakasih atas dukungannya.
8. Civitas akademik FE UNISSULA, yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan ini.
9. Sahabat-sahabat penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terimakasih atas dukungannya selama menulis skripsi ini.
10. Keluarga besar manajemen D Angkatan 2020 yang tidak penulis sebutkan satu persatu.
11. People come and go karena pertemuan yang tidak sengaja ini, banyak memberikan support untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada orang-orang yang pernah membuat hati penulis patah terimakasih atas ucapannya sehingga penulis lebih termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Ucapan terimakasih untuk diri sendiri karena telah berjuang sampai pada titik ini
14. Semua pihak yang telah membantu memberikan doanya kepada penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Ucapan permohonan maaf penulis apabila terdapat kesalahan serta kekurangan didalam penulisan skripsi ini, karena penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran, dan kritik. Penulis berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak.

Billahi Taufiq Wal Hidayah, Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Semarang, 28 April 2024



ABSTRAK

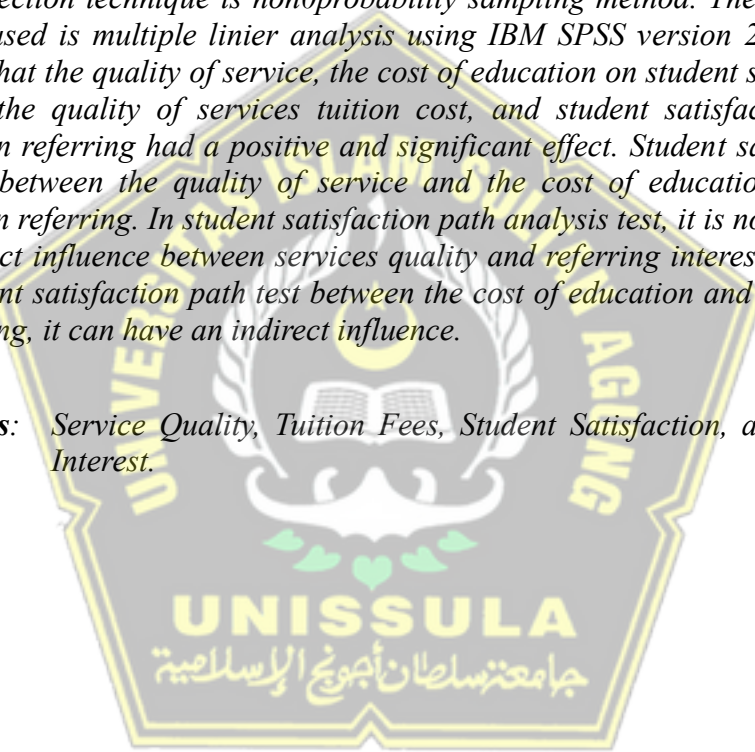
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan biaya pendidikan terhadap minat mereferensikan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Manfaat dari penelitian ini secara teoritis yaitu memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereferensikan serta dampaknya terhadap kampus. Sedangkan manfaat praktisnya yaitu mengembangkan strategi penerimaan mahasiswa baru, meningkatkan kualitas layanan meningkatkan, merespon kebutuhan mahasiswa, menciptakan lingkungan yang positif apabila mahasiswa puas dapat mereferensikan kampusnya, sehingga penelitian ini dapat dijadikan dasar sebagai penelitian selanjutnya. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan responden sebanyak 100 orang melalui questioner. Teknik pengumpulan datanya yaitu non probability sampling dengan metode accidental sampling. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan IBM SPSS Versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, biaya pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa, serta kualitas layanan, biaya pendidikan, dan kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan berpengaruh positif dan signifikan. Kepuasan mahasiswa mampu menjadi mediasi antara kualitas layanan dan biaya pendidikan terhadap minat mereferensikan. Pada uji analisis jalur kepuasan mahasiswa tidak mampu memberikan pengaruh tidak langsung antara kualitas layanan terhadap minat mereferensikan. Akan tetapi pada uji jalur kepuasan mahasiswa antara biaya pendidikan terhadap minat mereferensikan mampu memberikan pengaruh tidak langsung.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Biaya Pendidikan, Kepuasan Mahasiswa, dan Minat Mereferensikan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of services quality and education cost on interest in referring to customer satisfaction as an intervening variable. The benefit of this research theoretically is that it provides an understanding of the factors that influence the interest in referencng and its impact on the campus. While the practical benefit is developing new student admission strategies, improving services quality, responding to student needs, creating a positive environment if student is satisfied to be able to reference their campus, so that this research can be used as a basis for further research. This type research is quantitative with respondents as many as 100 people. Through questioners. The data collection technique is non0probability sampling method. The data analysis method used is multiple linier analysis using IBM SPSS version 26. The results showed that the quality of service, the cost of education on student satisfaction, as well as the quality of services tuition cost, and student satisfaction with the interest in referring had a positive and significant effect. Student satisfaction can mediate between the quality of service and the cost of education against the interest in referring. In student satisfaction path analysis test, it is not able to have an indirect influence between services quality and referring interest. However, in the student satisfaction path test between the cost of education and the interest in referencng, it can have an indirect influence.

Keywords: *Service Quality, Tuition Fees, Student Satisfaction, and Referral Interest.*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Kualitas Layanan	10
2.1.2. Biaya Pendidikan.....	15
2.1.3. Kepuasan Mahasiswa	21
2.1.4. Minat Mereferensikan	24

2.2. Hubungan Antar Variabel	27
2.2.1. Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa	28
2.2.2. Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa	30
2.2.3. Kualitas Layanan Terhadap Minat Mereferensikan.....	31
2.2.4. Biaya Pendidikan Terhadap Minat Mereferensikan	33
2.2.5. Kepuasan Mahasiswa Terhadap Minat Mereferensikan	34
2.3. Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Variabel dan Definisi	36
3.2. Populasi dan Sampel	37
3.2.1. Populasi	37
3.2.2. Sampel.....	37
3.3. Jenis dan Sumber Data	38
3.4. Metode Pengumpulan Data	39
3.5. Teknik Analisis data	40
3.5.1. Uji Instrumen.....	40
3.5.1.1. Uji Validitas	40
3.5.1.2. Uji Reabilitas.....	41
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	42
3.5.2.1 Uji Normalitas	43
3.5.2.2 Uji Multikoloniaritas.....	43
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.5.2.4 Uji Autokorelasi	45
3.5.3. Uji Hipotesis.....	45
3.5.3.1 Uji T	45
3.5.3.2 Uji F (Uji Simultan)	46
3.5.3.3 Koefesien Determinasi	47
3.6. Uji Sobel.....	48
3.7. Analisis Jalur	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum Penelitian	49
4.2. Analisis Deskriptif Variabel	50
4.2.1. Kualitas Layanan	50
4.2.2. Biaya Pendidikan.....	52
4.2.3. Kepuasan Mahasiswa	54
4.2.4. Minat Mereferensikan	56
4.3. Analisis Data	58
4.3.1. Uji Validitas	58
4.3.2. Uji Reabilitas	60
4.4. Uji Asumsi Klasik	60
4.4.1. Uji Normalitas	61
4.4.2. Uji Multikoloniaritas	62
4.4.3. Uji Heterskedastisitas	63
4.4.4. Uji Autokorelasi	64
4.5. Uji Hipotesis.....	64
4.5.1. Analisis Linier Berganda	64
4.5.2. Uji Regresi secara Parsial (Uji t).....	66
4.5.3. Uji F (Simultan)	68
4.5.4. Koefisien Determinasi (R ²)	69
4.6. Uji Sobel Test	70
4.7. Analisis Jalur	73
4.8. Pembahasan.....	75
4.8.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa ...	75
4.8.2. Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa ...	76
4.8.3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Mereferensikan ..	76
4.8.4. Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Minat Mereferensikan ..	77
4.8.5. Pengaruh Kepuasan Mahasiswa terhadap Minat Mereferensikan	78
4.8.6. Peran Mediasi Kepuasan Mahasiswa antara Kualitas Layanan, dan Biaya Pendidikan.....	79

4.8.7. Hasil pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung.	80
BAB V PENUTUP.....	82
5.1. Kesimpulan.....	82
5.2. Saran.....	85
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	87
5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	87
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN.....	95



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi UNISSULA	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	36
Tabel 4.1 Perincian Responden	49
Tabel 4.2 Kriteria Penilaian Responden Terhadap Variabel.....	50
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Layanan	51
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Biaya Pendidikan	53
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Mahasiswa.....	55
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Minat Referensikan.....	56
Tabel 4.7 Uji Validitas.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi.....	64
Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4.14 Hasil Uji t.....	67
Tabel 4.15 Uji F.....	68
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Empirik	35
Gambar 4.1 Hasil Perhitungan Hubungan Kualitas layanan terhadap Kepuasan mahasiswa melalui Minat referensial.....	70
Gambar 4.2 Uji Sobel Test	70
Gambar 4.3 Hasil Perhitungan Hubungan Biaya pendidikan terhadap Kepuasan mahasiswa melalui Minat referensial.....	71
Gambar 4.4 Uji Sobel test	72
Gambar 4.5 Uji Jalur	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket.....	97
Lampiran 2 Uji Validitas Dan Reabilyitas	101
Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik.....	107
Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda Uji T, Dan Uji F.....	109
Lampiran 5 Koefisien Deteminasi (R^2).....	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Universitas ialah badan penyedia jasa dibidang edukasi. Universitas jasa pendidikan universitas lebih mengutamakan pelayan karena mahasiswa merasa tidak rugi jika harus mengeluarkan uang yang lebih, apabila kualitasnya bagus. Pertimbangan tersebut membuat universitas yang berlomba-lomba untuk membuat universitasnya lebih unggul dibandingkan kompetitornya. Untuk mewujudkan keunggulan yang kompetitif maka universitas harus memberikan servis yang berkualitas sehingga mahasiswa merasa puas. Apabila mereka puas akan menciptakan *feedback* yang positif berupa minat mereferensikan universitasnya, sehingga calon mahasiswa yang ingin mendaftar tidak ada keraguan. Oleh karena itu sebisa mungkin universitas untuk memenuhi ekspektasi atau bahkan melebihi ekspektasi mahasiswa.

Untuk memperoleh keunggulan bersaing pada dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, penetapan biaya kuliah harus dipertimbangkan dengan kualitas yang diberikan dibandingkan pesaingnya. Apabila hal ini diterapkan oleh universitas maka universitas harus mampu mengembangkan sumber daya manusia untuk suatu negara adalah kualitas layanan dan biaya pendidikan.

Mahasiswa adalah pengguna jasa bagi institusi pendidikan perguruan tinggi. Institusi layanan untuk mengetahui kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan selama menjadi mahasiswa akan memberikan kesan yang positif bagi pihak kampus serta reputasinya dimata masyarakat. Hal ini yang membuat universitas harus bertekad memimiliki *brand image* yang kuat dari segi pelayanan, yang membuat mahasiswa harus merasa puas untuk menciptakan minat refrensial sehingga terciptanya pemasaran yang efektif.

Faktor penting lainnya yang mampu menarik mahasiswa dalam hal kualitas adalah yang mencakup berbagai hal seperti akurasi informasi, akuntabilitas, kualitas pengajaran, fasilitas, dan hubungan staf akademik, dan mahasiswa. Layanan yang memuaskan memberikan pengalaman yang menyenangkan, dan membuat mahasiswa lebih termotivasi untuk semakin berprestasi.

studi terdahulu dari Wahyudi et al., (2015) terdapat pengaruh baik, dan substansial antara kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa. Artinya apabila ingin mahasiswa merasa puas maka perlu meningkatkan kualitas yang baik. Temuan dari Rahareng & Relawan (2017) secara parsial responsif, dan bukti fisik saja yang memiliki pengaruh sedangkan variabel kualitas layanan seperti: kehandalan, jaminan, dan empati tidak memiliki pengaruh.

Terkait dengan kualitas pelayanan, Allah SWT berfirman dalam al-qur'an surah Al-Baqarah ayat 267 yang artinya "*Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu*

memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji” (QS, Al-Baqarah(2):(267)).

Ayat tersebut menjelaskan tentang layanan yang diberikan orang lain harus sebaik mungkin. Oleh karena itu ketika kita melayani harus mampu memberikan pengertian, memahami keinginan seseorang yang akan kita layani, dan ikut merasakan dari hati ke hati sehingga terciptanya kepuasan hati.

Temuan terdahulu Wahyudi & Nora (2017) terdapat pengaruh baik dan substansial antara harga terhadap kepuasan mahasiswa. Artinya semakin harga terjangkau semakin tinggi pula tingkat kepuasan mahasiswa. Berbeda dengan temuan dari Djatmiko *et al.*, (2015) Biaya pendidikan memberikan pengaruh signifikan, dan positif terhadap kepuasan mahasiswa. Artinya tidak ada keterkaitan antara biaya pendidikan dengan kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti sebelum memutuskan untuk berkuliah kemungkinan sudah ada kesiapan untuk biaya kuliah.

Temuan dari Ratnasari, (2016) pelayanan yang berkualitas memberikan pengaruh kuat terhadap minat mereferensikan. Apabila mahasiswa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan secara suka rela akan mereferensikan kampusnya terhadap calon mahasiswa. Evaluasi terkait kualitas layanan perlu diadakan untuk mengikuti pelayanan apa yang dibutuhkan mahasiswa sehingga terciptanya minat mereferensikan. Berbeda dengan temuan Wijaya

et al., (2016) meskipun tidak signifikan antara kualitas layanan terhadap *WOM* akan tetapi masih memberikan pengaruh positif. Artinya kualitas layanan tidak memberikan kontribusi terhadap *WOM*.

Studi yang dilaksanakan oleh Resmi (2021) menyimpulkan bahwa dana pendidikan, dan *word of mouth* memiliki pengaruh terbesar dalam pengambilan keputusan untuk memilih universitas Berbeda dengan temuan Ernawati & Sriwidodo (2015) dana pendidikan tidak berpengaruh baik, dan substansial terhadap *word of mouth*.

Temuan dari Fitriani (2018) ada dampak baik, dan substansial antara kepuasan mahasiswa terhadap *WOM* artinya apabila mahasiswa puas secara tidak langsung ikut membantu melakukan promosi. Upaya ini dilakukan untuk meningkatkan penyampaian informasi mengenai universitas. Berbeda dengan temuan dari Hidayati (2018) meskipun berpengaruh positif akan tetapi tidak signifikan antara kepuasan mahasiswa terhadap minat referensikan. Hal ini berdampak pada kurangnya kesadaran dari mahasiswa untuk mereferensikan kampusnya kepada orang terdekat.

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al. (2016) terdapat pengaruh mediasi melalui kepuasan mahasiswa antara kualitas layanan terhadap minat mereferensikan, oleh karena itu terdapat pengaruh baik, dan substansial. Berbeda dengan temuan dari Ardianto (2012) bahwa kepuasan mahasiswa tidak mampu memediasi antara kualitas layanan terhadap minat mereferensikan, sehingga tidak signifikan tetapi positif. Artinya kualitas layanan yang yang dirasakan mahasiswa belum sesuai dengan keinginan

sehingga mahasiswa masih belum melakukan *word of mouth* melalui kepuasan mahasiswa. Apabila tingkat layanan baik secara sukarela mahasiswa akan melakukan *word of mouth*.

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya et al. (2016) Biaya pendidikan mempengaruhi *word of mouth* yang diintervensi melalui kepuasan siswa. Artinya biaya dapat mengintervensi antara kualitas administrasi dan promosi dari mulut ke mulut melalui kepuasan mahasiswa. Hal ini berbeda dengan temuan Sriwidodo & Ernawati (2015) biaya pendidikan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *word of mouth*. Artinya kepuasan mahasiswa tidak mampu memediasi antara biaya pendidikan terhadap *word of mouth*.

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi UNISSULA

Tahun Akademik Ganjil	Prodi		Jumlah
	Akuntansi	Manajemen	
2019	1.686	2.025	3.711
2020	1.213	1.652	2.865
2021	1.210	1.770	2.980
2022	1.105	1.556	2.661
2023	950	1.421	2.371

Sumber: <https://pddikti.kemdikbud.go.id/2024>

Data dikti diatas menunjukkan bahwa FE UNISSULA mempunyai 2 program studi yaitu S1 akuntansi, dan S1 manajemen. Pada program studi S1 akuntansi dari data diatas dari tahun 2019 sampai 2023 setiap tahunnya mengalami penurunan. Sedangkan program studi S1 manajemen dari data tahun 2019 – 2023 pada tahun 2019 ke 2020 mengalami depresiasi akan tetapi pada tahun 2021 mengalami kenaikan meskipun pada tahun 2022, dan 2023 mengalami penurunan kembali. Jumlah keseluruhan dari tahun 2019 sampai

2020 mengalami penurunan akan tetapi pada tahun 2021 mengalami kenaikan kembali setelah tahun 2021 mengalami penurunan sampai 2023.

Mahasiswa S1 FE UNISSULA tentunya memiliki alasan yang berbeda sebelum memilih masuk ke FE tentunya mahasiswa sudah mempertimbangkan minat, kemampuan serta peluang, prestasi, kemampuan keuangan, lokasi, dan lainnya. Pengaruh minat mereferensikan mahasiswa, kepuasan mahasiswa dapat memberikan pemahaman yang lebih baik dalam mengembangkan strategi pemasaran, dan meningkatkan mutu pendidikan Fakultas Ekonomi UNISSULA memiliki akun Instagram @fe_unissula yang dibuat sejak Februari 2016 dengan karakteristik total followers sebanyak 11.300 orang per 17 Desember 2023 (https://www.instagram.com/fe_unissula). Dalam perkembangannya, Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) tidak hanya menjadikan Instagram sebagai media penyampaian data tetapi juga situs dan YouTube. Instagram @fe_unissula karena sangat dinamis dan memiliki tingkat kehadiran yang lebih tinggi, terbukti dari postingan yang ditransfer dan peminatnya yang lebih banyak dibandingkan media data lainnya. @fe_unissula merupakan akun Instagram yang menyajikan data-data seputar kegiatan akademik dan non-sekolah yang berhubungan dengan FE UNISSULA dan ditujukan khusus untuk mahasiswa FE UNISSULA, tentunya dipercaya mampu memenuhi kebutuhan akan informasi yang asli, bermanfaat dan terpercaya. Namun pada praktiknya, tidak semua mahasiswa mengetahui akun Instagram @fe_unissula, terbukti dari para pendukung akun Instagram resmi UNISSULA yang tidak mencakup seluruh mahasiswa UNISSULA.

Berbeda dengan akun Facebook, YouTube, dan Google UNISSULA, Instagram @fe_unissula adalah yang paling terkenal di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini juga memiliki implikasi penting dalam pengambilan keputusan dibidang manajemen universitas. Dengan memahami pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap minat masuk mahasiswa, universitas dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa. Dalam menghadapi tantangan persaingan global, universitas harus memastikan bahwa mereka mampu memberikan lingkungan yang memadai, dan memenuhi harapan mahasiswa. Penelitian ini dapat membantu dalam mengambil pilihan dalam mengarahkan sumber dayanya. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan biaya pendidikan terhadap pendapatan referensi dengan kepuasan siswa sebagai variabel intervening. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi yang berharga kepada UNISSULA, dan institusi Pendidikan lainnya untuk meningkatkan daya tarik bagi calon mahasiswa dengan meningkatkan kualitas layanan, manajemen biaya pendidikan yang efektif, dan kepuasan mahasiswa yang ideal.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Refrensikan?
4. Bagaimana pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Minat Refrensial?
5. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Mahasiswa terhadap Minat Refrensial?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis, dan menjelaskan pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa.
2. Untuk menganalisis, dan menjelaskan pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa.
3. Untuk menganalisis, dan menjelaskan pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Refrensial.
4. Untuk menganalisis, dan menjelaskan pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Minat Merefrensikan.
5. Untuk menganalisis, dan menjelaskan pengaruh Kepuasan Mahasiswa terhadap Minat Refrensial.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berfokus pada kualitas layanan, biaya pendidikan, dan kepuasan mahasiswa sebagai variabel intervening, hal ini memberikan pemahaman teoritis mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi minat rujukan ke universitas. Studi ini menunjukkan hubungan antara variabel-variabel, dan pengaruhnya terhadap universitas.

1.4.2. Manfaat Praktis

a) Bagi Universitas

Studi ini memberikan informasi penting bagi universitas tentang pengembangan strategi menarik minat calon mahasiswa. Perguruan tinggi dapat mengoptimalkan pelayanan dengan mengetahui bagaimana harga pendidikan dan kualitas pelayanan mempengaruhi minat merekomendasikan calon mahasiswa dan menyesuaikan kebijakan biaya pendidikan untuk meningkatkan daya tarik institusi mereka.

b) Bagi Mahasiswa

Melalui upaya untuk meningkatkan kualitas layanan, dan merespon kebutuhan mahasiswa, universitas dapat menciptakan lingkungan yang lebih positif, dan memuaskan bagi mahasiswa, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan, dan mahasiswa dapat menjadikan referensi bagi calon mahasiswa.

c) Bagi Penelitian Lanjutan

Penelitian tambahan tentang bagaimana kualitas layanan dan biaya pendidikan mempengaruhi kepuasan siswa dan minat merujuk dapat dilakukan dengan menggunakan temuan penelitian ini sebagai landasan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Kualitas Layanan

a. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut buku Philip Kotler (2012), strategi adalah bentuk evaluasi konsumen terhadap tingkat layanan yang didapatkan, dan sejauh mana pelayanan tersebut dapat memenuhi kepuasan konsumen. Sedangkan pengertian pelayanan pelanggan adalah unit lain dalam strategi produk. Dalam konteks ini, kualitas layanan mencakup kemampuan pelayanan untuk memberikan kepuasan kepada mahasiswa melalui fitur-fitur yang lengkap, dan sesuai dengan harapan mereka. Kualitas layanan juga dapat diukur berdasarkan sejauh mana pelayanan yang dirasakan oleh mahasiswa.

Menurut Arianto (2018) kualitas pelayanan diartikan, serta pada ketepatan waktu. Sehingga kualitas layanan didefinisikan sebagai usaha untuk mendapatkan kebutuhan dengan cara menyampaikan kebutuhan keinginan, serta ketepatan sehingga konsumen akan merasa puas. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rasyid *et al.* (2020), kualitas layanan adalah kepuasan konsumen yang didapatkan dengan membandingkan kualitas layanan yang sejenis.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Walangitan *et al.* (2022) mengklaim bahwa promosi dan potongan harga adalah bagian dari pelayanan yang baik, dan hubungan jangka panjang terbentuk ketika klien menerima layanan berkualitas tinggi. Apabila universitas selalu meningkatkan kualitas layanan yang berarti universitas untuk menciptakan kepuasan sehingga universitas mampu bersaing dengan universitas lainnya (Suratni ;Walangitan *et al.* 2022).

Kualitas layanan adalah acuan untuk melihat seberapa besar tingkat kepuasan mahasiswa Aswad *et al.* (2018) kualitas pelayanan adalah tolak ukur dari kepuasan layanan yang diberikan kepada konsumen untuk memenuhi harapan, karena pada dasarnya konsumen menginginkan pelayanan terbaiknya. Maka kesimpulan dari definisi menurut para tentang kualitas layanan adalah bagaimana cara universitas melayani konsumen, mengerti kebutuhan serta keinginan konsumen.

Menurut (Tjiptono ; Budiawan & Mustikasari, 2023) perbedaan karakteristik barang atau jasa adalah sebagai berikut:

- 1) Tidak tampak (*intangibility*) bearti jasa tidak dapat dilihat disentuh ataupun didengar sebelum dikonsumsi. maka konsep dari *intangibility* yaitu
 - a) Tidak dapat diraba.
 - b) Sulit untuk di jelaskan.

- 2) Satu kesatuan yang utuh,
- 3) Beraneka ragam,
- 4) Hanya sekali pakai atau habis setelah digunakan.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Ukuran kualitas, tingkat, atau derajat (kecerdasan dan kecerdasan) baik dan buruk suatu benda itulah yang dimaksud dengan mutu. Sedangkan layanan atau pelayanan adalah kegiatan yang dapat dirasakan tetapi tidak dapat diraba serta terjadi karena ada interaksi antara perusahaan, mahasiswa untuk memberikan solusi bagi pelanggan (Febriani *et al.*, 2022).

Kualitas pelayanan adalah sebuah usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan cara bertindak untuk memenuhi harapan dari konsumen. Harapan konsumen adalah bentuk kepercayaan konsumen sebelum mencoba suatu produk tetapi konsumen melihat dari sudut pandang kualitas. Kualitas layanan pendidikan adalah level dimana pengelolaannya lebih baik dari pesaingnya sehingga menghasilkan pendidikan yang efektif serta efisien. Oleh karena itu pendidikan pada level ini mampu mempunyai keunggulan secara akademik maupun dari ekstrakurikuler yang diberikan kepada peserta didik (Kusjono & Sudjiani, 2019)

Penulis menyimpulkan bahwa kualitas layanan usaha dari untuk memenuhi kebutuhan, tindakan yang diambil seseorang untuk memenuhi harapannya. Dalam bidang akademik ini kualitas layanan

yang unggul adalah kualitas layanan yang memenuhi ekspektasi baik secara akademis atau diluar akademis.

b. Faktor-faktor Kualitas Layanan

Menurut Martiana & Apriani (2019), kualitas pelayanan adalah usaha dari universitas untuk memenuhi kebutuhan serta harapan konsumen.

Beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas layanan menurut (Benjamin *et al.* 2023) adalah :

1. Jasa yang diharapkan: faktor ini mencangkup harapan atau ekspektasi yang dimiliki oleh mahasiswa terhadap layanan yang akan diberikan. Mahasiswa memiliki harapan tertentu terkait dengan kualitas, kecepatan, keandalan, dan kepuasan yang mereka dapatkan dari layanan tersebut.
2. Jasa yang dirasakan atau dipresepsikan: faktor ini berkaitan dengan gambaran universitas dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Mahasiswa akan menilai kualitas layanan berdasarkan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan tersebut. Bukti nyata, keamanan, daya tanggap, keandalan, dan empati penyedia layanan hanyalah beberapa variabel yang dapat memengaruhi persepsi konsumen.
3. Upaya pemenuhan kebutuhan: kualitas layanan juga bisa diperhatikan dari sejauh mana layanan tersebut bisa mencukupi kebutuhan, dan keinginan mahasiswa. Layanan yang mampu

memenuhi kebutuhan mahasiswa dengan baik akan dianggap memiliki kualitas yang baik.

4. Ketepatan waktu: faktor ini mencakup kecepatan, dan ketepatan dalam memberikan layanan terhadap mahasiswa. Persepsi mahasiswa akan terkena dampak positif dari layanan yang tepat, yang juga akan meningkatkan kualitas secara keseluruhan.
5. Keinginan Konsumen: Kualitas layanan juga dapat dilihat dari sejauh mana layanan tersebut mampu memenuhi keinginan sehingga universitas dianggap memiliki kualitas yang baik.

c. Indikator Kualitas Layanan

Menurut Anigomang *et al.* (2023) Kualitas layanan yang diberikan kepada mahasiswa dapat dievaluasi dengan menggunakan indikator kualitas layanan sebagai berikut:

1) *Responsiveness* (Responsif)

Kemampuan pihak penyedia jasa untuk memberikan tanggapan yang cepat, dan tepat terhadap kebutuhan, dan permintaan.

2) *Assurance* (jaminan)

Kepercayaan, dan keyakinan pelanggan terhadap kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan layanan yang berkualitas, termasuk keahlian dan pengetahuan staf serta keamanan dalam transaksi (Benjamin *et al.*, 2023).

3) *Tangibles* (Bukti Fisik)

Faktor-faktor yang dapat dilihat, dirasakan atau diobservasi oleh pelanggan sebagai bukti kualitas layanan, seperti: fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan staf (Zikri, 2022).

4) *Empaty* (Empati)

Kemampuan dari universitas memahami serta memberikan respon, kebutuhan serta ekpektasi mahasiswa untuk memberikan pelayanan dengan penuh perhatian (Sukma & Utomo, 2020).

5) *Reability* (Keandalan)

Universitas dituntut untuk memberikan pelayanan secara konsisten akurat serta tepat waktu sesuai kesepakatan atau aturan yang ada (Nurrohmah *et al.*, 2023).

Indikator ini mencerminkan aspek-aspek yang penting dalam konteks kampus, indikator ini dapat digunakan untuk mengukur peningkatan dari kualitas layanan yang akan diterima mahasiswa.

2.1.2. Biaya Pendidikan

a. Pengertian Biaya Pendidikan

Sebagaimana disyaratkan dalam alinea keempat UUD 1945, pendidikan adalah usaha bersama untuk memutar roda pembelajaran dengan tujuan meningkatkan kemampuan intelektual masyarakat.

Pendidikan adalah usaha (Shell, 2019). Pengalaman baru harus memiliki tujuan dan menawarkan manfaat menyeluruh. Sumber pembiayaan sendirilah yang menentukan terselenggaranya pendidikan atau tidak.

Menurut Dewi and Indrayani (2021) Biaya pendidikan merujuk pada jumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh pendidikan atau pelatihan. Biaya pendidikan mencakup berbagai komponen, seperti biaya pendaftaran, uang kuliah, biaya buku serta materi pembelajaran, biaya akomodasi, biaya hidup sehari-hari selama masa pendidikan. Biaya pendidikan dapat bervariasi tergantung pada jenis, tingkat pendidikan yang diambil, institusi pendidikan yang dipilih, dan faktor-faktor lainnya seperti: lokasi geografis, dan biaya kebijakan pemerintah.

Biaya Pendidikan merupakan biaya yang dikeluarkan selama masa studi, baik berupa uang, barang ataupun tenaga. Oleh karena itu biaya pendidikan memiliki keterkaitan baik biaya langsung ataupun tidak langsung, dalam jumlah kecil ataupun banyak, tagihan pembiayaan, dan proses efektivitas serta efisien yang terkait proses pembayaran (Putri, 2021).

Biro perencanaan Depdikbud ; Amri & Yahya (2021), menunjukkan bahwa untuk memperoleh pendidikan yang diinginkan, masyarakat, keluarga, komunitas, atau lembaga pendidikan harus mengeluarkan biaya tertentu. Apabila mahasiswa

mendapatkan manfaat yang besar dibandingkan biaya yang dikeluarkan maka mahasiswa secara sukarela memberikan *feedback* yang positif bagi universitas (Perkasa and Putra, 2020).

Menurut penjelasan diatas, biaya pendidikan adalah keseluruhan pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh masyarakat, keluarga, organisasi kemasyarakatan, atau lembaga pendidikan untuk menunjang kegiatan belajar anaknya baik di lingkungan belajar formal maupun informal.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Biaya Pendidikan

Dalam UUD 1945 Bab XIII, pasal 31 bahwa untuk memenuhi kebutuhan penyelenggaraan pendidikan nasional, negara memberikan prioritas untuk mengalokasikan paling sedikit 20% dari total anggaran pendapatan dan belanja negara untuk pendidikan, serta anggaran pendapatan dan belanja daerah. Sumber pendanaan biaya pendidikan mempunyai dampak yang signifikan terhadap pengeluaran yang berkaitan dengan pendidikan, termasuk waktu dan biaya pelaksanaannya.

Menurut Putri (2019) variabel-variabel yang mempengaruhi biaya pendidikan adalah

a) Kenaikan Harga

Kenaikan harga barang dan jasa, termasuk bahan-bahan pembelajaran, buku, dan perlatan pendidikan, dapat berdampak pada biaya pendidikan.

b) Perubahan gaji dosen

Besarnya gaji yang harus dibayarkan dosen juga mempengaruhi biaya pendidikan. Semakin tinggi gaji yang diterima dosen maka semakin tinggi pula biaya pendidikan yang dibayarkan mahasiswa.

c) Peningkatan minat mahasiswa

Perubahan populasi serta presentase minat mahasiswa yang berkuliah dikampus negeri dapat mempengaruhi biaya pendidikan. Apabila jumlah mahasiswa meningkat maka biaya pendidikan akan meningkat.

d) Meningkatnya standard pendidikan

Meningkatnya standard pendidikan dapat mempengaruhi biaya pendidikan. Dalam hal ini universitas harus menambah sumber daya sehingga memberikan dampak pada peningkatan biaya pendidikan.

e) Meningkatnya tuntutan terhadap pendidikan lebih tinggi

Tuntutan terhadap pendidikan lebih tinggi atau mengadakan program-program khusus, yang dapat meningkatkan biaya pendidikan. Peningkatan biaya berbanding lurus dengan biaya pendidikan.

f) Keterbukaan, partisipasi, dalam bentuk pertanggung jawaban dalam pendidikan

Faktor-faktor ini dapat mempengaruhi biaya pendidikan. Keterbukaan, partisipasi, dan tanggung jawab yang lebih tinggi dalam penyelenggaraan pendidikan dapat memerlukan sumber daya tambahan, dan berdampak pada biaya pendidikan.

g) Jenis Biaya Pendidikan.

Jenis biaya pendidikan juga dapat mempengaruhi besaran biaya yang harus ditanggung.

- 1) Biaya langsung (seperti uang kuliah),
- 2) biaya tidak langsung (seperti biaya akomodasi, dan transportasi).

Jadi faktor-faktor ini mempengaruhi biaya pendidikan yang harus ditanggung oleh individu atau lembaga pendidikan

c. Indikator Biaya Pendidikan

Pengukuran biaya kuliah menurut Triyono *et al.*, (2021) dapat diamati dan diukur menggunakan metrik berikut, yaitu:

- 1) Keterjangkauan biaya kuliah yang harus dibayar,
- 2) Daftar biaya yang harus dibayar selama kuliah,
- 3) Akses pembayaran yang mudah di proses.

Sedangkan Putri (2021) mengukur biaya pendidikan dengan menggunakan indikator:

a) Biaya kuliah

Biaya yang di keluarkan selama awal kuliah hingga lulus seperti biaya pendaftaran, biaya daftar ulang, biaya Pembangunan, biaya SPP, biaya laboratorium, dan biaya praktek.

b) Biaya pelengkapan, dan peralatan kuliah.

Biaya yang dikeluarkan untuk keperluan kuliah sehari-hari misalnya untuk pembelian buku atau ebook, peralatan, dan perlengkapan yang digunakan untuk kuliah.

c) Biaya travel.

Biaya tambahan berupa study tour, dan observasi yang bertujuan untuk menambah pengetahuan empirik.

d) Biaya indekost

Biaya tempat tinggal yang dikeluarkan mahasiswa berupa sewa kamar, apartemen, atau rumah.

e) Prosedur pembayaran.

Prosedur pembayaran berkaitan dengan cara pembayaran. Cara pembayaranpun dibagi menjadi dua yaitu tunai, dan kredit.

f) Benefit.

Setelah menginvestasikan uang dalam pendidikan mereka, mahasiswa mendapatkan akses ke berbagai fasilitas, termasuk

koneksi pertemanan, prestise, dan peluang kerja. Secara umum konsumen sangat senang dengan harga yang murah akan tetapi dengan kualitas tinggi.

2.1.3. Kepuasan Mahasiswa

a) Pengertian Kepuasan Mahasiswa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, mahasiswa adalah mereka yang mengikuti pendidikan pasca sekolah menengah (perguruan tinggi). (Shell, 2019). Menurut Lussianda (2019) “Kepuasan Mahasiswa yaitu terpenuhinya keinginan, harapan dan kebutuhan mahasiswa. Kepuasan mahasiswa dapat ditunjukkan dengan sikap positif mahasiswa dengan pelayanan yang diberikan karena telah memenuhi keinginan harapan, dan kebutuhan mahasiswa.”

Untuk mengetahui seberapa besar kepuasan mahasiswa terhadap servis dari layanan pendidikan maka diperlukan perbandingan antara ekspektasi, dan realita yang dirasakan mahasiswa (Udjang & Subarjo, 2019). Sedangkan ekspektasi mahasiswa merupakan kunci kesuksesan perguruan tinggi yang mana perguruan tinggi harus mampu mewujudkan keinginan mahasiswa. Oleh karena itu pentingnya memberikan pelayanan terbaik dengan meningkatkan kualitasnya (Mahsup *et al.*, 2020). Hasil outputnya yaitu lulusan handal serta tangguh yang mampu

berkompetisi dalam dunia kerja, dan jadi yang paling unggul diantara perguruan tinggi lainnya. Untuk pendidikan yang tinggi pada umumnya memberikan poin plus di dunia kerja.

Menurut Sarjono (dalam Lussianda, 2019) “kepuasan mahasiswa adalah harapan yang diinginkan oleh seorang mahasiswa tentang pelayanann yang diberikan seperti pelayanan mahasiswa, kompetensi dosen, yang ditunjang fasilitas dan kualitas pelayanan yang dirasakan mahasiswa setelah mendapatkan pelayanan”. Maka dari itu kepuasan sendiri diartikan sebagai perbandingan kinerja yang dirasakan apakah sudah sesuai atau belum.

Menurut (Fitriani, 2018) Kepuasan mahasiswa adalah membandingkan kinerja dengan harapan mahasiswa. Pengaruh harapan mahasiswa dapat berupa pengalaman hidup, pendapat dari orang lain, serta janji yang diberikan universitas.

Pembahasan tentang definisi-definisi kepuasan mahasiswa mengacu pada perasaan senang puas, dan terpenuhinya kebutuhan belajar selama menjalankan masa studinya. Peran mahasiswa dikatakan sebagai konsumen karena mengeluarkan biaya yang digunakan untuk menuntut ilmu. Selain itu mahasiswa memiliki ekpektasi tentang proses pembelajaran dimana menginginkan pelayanan, fasilitas, kualitas dosen, kepemimpinan. Karena persepsi dengan standard yang berbeda-beda tiap individu maka

tidak semuanya dapat dipenuhi meskipun kecil kemungkinan dapat memenuhinya.

b) Faktor-faktor Kepuasan Mahasiswa

Menurut Kusnanto (dalam Belladonna *et al.*, 2020) kepuasan dipengaruhi oleh beberapa aspek yaitu:

- 1) Aspek kenyamanan, nyaman dari berbagai fasilitas yang ada seperti lokasi yang strategis, ruangan yang nyaman, lingkungan yang bersih.
- 2) Aspek hubungan meliputi pemberian layanan, teknik komunikasi yang efektif serta kejelasan informasi.
- 3) Aspek biaya, meliputi terjangkauanya biaya administrasi.

c) Indikator Kepuasan Mahasiswa

Indikator untuk mengukur kepuasan Mahasiswa, menurut Yuliarmi dan Riyasa ; Wulansari & Widiowati (2022) adalah

1. Kesesuaian kualitas dengan harapan,
2. Tidak membandingkan dengan kampus lain
3. Tidak ada keluhan.

Jika mahasiswa tidak mencapai tingkat pencapaian yang diharapkan, maka mereka akan dikecewakan. Jika kinerja mahasiswa sesuai dengan harapannya, mereka akan merasa puas. Mahasiswa akan senang jika kinerja mereka memenuhi atau melampaui harapan untuk sementara. Pengalaman masa lalu, janji dan komentar dari anggota keluarga, dan informasi dari sekolah

saingan semuanya akan berdampak pada harapan mahasiswa. Instruktur perguruan tinggi perlu merancang dan mengawasi sistem yang akan menarik lebih banyak mahasiswa sekaligus memiliki kapasitas untuk mempertahankan tingkat pendaftaran saat ini.

2.1.4. Minat Mereferensikan

a) Pengertian Minat Mereferensikan

Minat yaitu hubungan antara sikap, dan cara berperilaku dimasa yang akan datang. Minat refrensial dalam memilih universitas adalah kecenderung mahasiswa yang merekomendasikan universitas kepada calon mahasiswa atau suatu kelompok. Indikator yang dapat mengukur minat refrensial adalah keinginan dari seorang mahasiswa yang merekomendasikan kepada orang terdekatnya. Hal ini yang membuat minat refrensial memberikan dua pengalaman yang berbeda, yaitu pengalaman positif, dan negatif (Resmi, 2021).

Wonok & loidong (2018) mengatakan bahwa minat merefrensikan produk berkaitan erat dengan mempengaruhi merekomendasikan, dan mempelajari yang berkaitan dengan apa yang dipikirkan sehingga tidak mendapatkan proses informasi saja tetapi juga ada proses pembeliannya. Minat merefrensikan suatu universitas merujuk pada ketertarikan atau minat individu terhadap suatu perguruan tinggi atau universitas tertentu. Ini mencerminkan

sejauh mana calon mahasiswa memiliki minat atau ketertarikan untuk mendaftar, dan menghadiri institusi pendidikan tertentu dengan berbagai pertimbangan.

Minat merefrensikan mahasiswa terhadap suatu produk merupakan pondasi yang kuat untuk mendapatkan mahasiswa baru (Wonok & Loidong, 2018). Minat mereferensikan berarti mahasiswa senang menggunakan layanan pendidikan tersebut. Rasa senang menggunakan suatu layanan pendidikan sehingga mempunyai pemikiran ketika menggunakan layanan pendidikan memiliki kualitas yang baik, dapat memenuhi harapannya atau bahkan bisa melebihinya. Dampak dari tingginya minat merefrensikan suatu universitas akan membuat minat calon mahasiswa meningkat. Selain itu minat merefrensikan suatu universitas dari mahasiswa kepada calon mahasiswa mendapatkan informasi tentang universitas sehingga berusaha memahami, dan memenuhi ekspektasi calon mahasiswa. Konsumen akan melakukan minat referensial setelah menggunakan produk tersebut (Hidayat and Faramitha, 2022).

Dampak dari rekomendasi kawan yang sudah dipercaya, aliansi, dan mahasiswa ataupun alumni lain lebih percaya dibandingkan promosi langsung oleh universitas. Mahasiswa yang melakukan rekomendasi terjadi secara alami, karena pengaruh kepuasan saat menggunakan layanan pendidikan. Apabila media

perantara orang untuk menyampaikan pesan maka, akan berdampak pada penilaian jasa pendidikan. Pandangan individu atau kelompok memberikan pandangan atau informasi secara personal (Fakhrudin *et al.*,2021)

Penulis menyimpulkan selain pada produk secara umum peningkatan kualitas layanan akademik, dan promosi dapat mempengaruhi minat mahasiswa baru untuk memilih suatu universitas atau institusi pendidikan tertentu. Minat mereferensikan dapat memberikan *feedback* positif dan negatif tergantung seseorang menceritakan pengalaman.

b) Faktor-faktor yang mempengaruhi Minat Mereferensikan

Wonok & Loidong, (2018) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat mereferensikan sebagai berikut:

a. Faktor internal

Pengaruh faktor internal berkaitan dengan minat ataupun selera yang digunakan berkaitan dengan produknya.

b. Faktor eksternal

Pengaruh dari luar seperti rekomendasi, dan pengalaman orang lain ketika menggunakan layanan pendidikan.

c) Indikator Mengukur Minat Mereferensikan

Indikator minat mereferensikan menurut Ali ; Fakhrudin *et al.*, (2021) adalah:

1) Membicarakan pengalaman yang positif,

- 2) Mengajak orang terdekat (keluarga, teman),
- 3) Membujuk.

Jenis kelompok minat mereferensikan menurut Joesyiana Fakhruddin *et al.*, (2021) yaitu:

- 1) Rekomendasi produk yang positif merupakan sarana penyebaran pengetahuan dari mulut ke mulut kepada orang-orang yang mempunyai pengalaman baik.
- 2) Kecenderungan untuk merekomendasikan universitas yang kurang baik berasal dari pertukaran verbal tentang pengalaman yang tidak menyenangkan di antara masyarakat.

Selain itu minat mereferensikan keinginan mahasiswa untuk mereferensikan informasi kepada masyarakat, dan sesama mahasiswa. Indikator minat mereferensikan adalah (Wonok & Loidong, 2018):

- a. Keinginan mahasiswa untuk mereferensikan informasi kepada masyarakat umum.
- b. Keinginan mahasiswa untuk mereferensikan informasi kepada calon mahasiswa.

2.2. Hubungan Antar Variabel

Kepuasan mahasiswa dapat mempengaruhi hubungan antara kualitas layanan, dan biaya pendidikan dengan minat mereferensikan mahasiswa sehingga peran kepuasan mahasiswa sebagai intervening menjadi penting

untuk dipertimbangkan dalam penelitian ini. Jika kualitas layanan, dan biaya pendidikan yang diberikan oleh perguruan tinggi baik, maka kemungkinan besar mahasiswa akan merasa puas dengan layanan, dan biaya pendidikan tersebut. besar kemungkinan mereka akan lebih tertarik untuk mendaftar, dan menjadi mahasiswa perguruan tinggi. Dalam studi ini kepuasan mahasiswa sebagai faktor intervening karena kepuasan mahasiswa dapat mempengaruhi hubungan antara kualitas, dan biaya pendidikan dengan minat mereferensikan. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peran kepuasan mahasiswa sebagai intervening dalam hubungan antara kualitas layanan, dan biaya pendidikan dengan minat referensialdi FE UNISSULA. .

Kepuasan mahasiswa dapat berperan sebagai faktor penting dalam meningkatkan minat referensial mahasiswa baru pada perguruan tinggi. Jika perguruan tinggi ingin meningkatkan minat referensial mahasiswa baru, maka perlu memperhatikan kualitas layanan, dan biaya pendidikan yang diberikan kepada mahasiswa agar mahasiswa merasa puas, dan merekomendasikan perguruan tinggi tersebut kepada calon mahasiswa baru.

2.2.1. Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Temuan Kinung and Rudini, (2020) menyatakan meskipun mahasiswa merasa puas akan tetapi harus terus melakukan perbaikan karena universitas memiliki tujuan kepuasan harus melalui keramahan, kesopanan, kesetiaan, dan keterbukaan. Sedangkan menurut Ariska, (2019) pertimbangan dari kepuasan mahasiswa adalah kesesuaian

harapan, kemudahan memperoleh, dan kesediaan merekomendasikan. Upaya perbaikan dilakukan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa yang berdampak pada keberlanjutan universitas (Ardianto *et al.*, 2012). Kualitas layanan menggambarkan salah satu pertimbangan untuk memilih sekolah (Yuliarto, 2020). Hal ini berlawanan dengan penelitian Wibowo (2009) kualitas layanan yang baik tidak mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Suharyanto (2018) positif dan signifikan dengan korelasi yang lemah antara kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa. Universitas harus melakukan pembenahan untuk memenuhi ekspektasi sehingga universitas harus menciptakan strategi agar mahasiswa puas dengan fasilitas yang diberikan. Strategi yang dapat adalah peningkatan kinerja berupa: keandalan (*reliability*), kepekaan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empaty*), dan fisik (*tangible*). Perbaikan pada kehandalan dapat berupa peningkatan kualitas belajar, peralatan laboratorium, dan dosen karyawan dalam melakukan proses belajar mengajar. Perbaikan pada kepekaan dapat berupa apabila ada keluhan segera untuk menanggapi serta memberikan saran. Hal ini bisa dilakukan dengan pelatihan, dan lokarya untuk melatih kepekaan. Perbaikan jaminan dapat berupa memberikan dosen yang berkom peten, melakukan jam pembelajaran dengan orang yang ahli didalamnya, dan program mata kuliah. Empati meningkatkan perilaku dari pimpinan, staf dan dosen yang mengalami

hambatan atau kesulitan dalam menangani mahasiswa. Perbaikan fisik berupa peningkatan sarana, dan prasana untuk meningkatkan proses pembelajaran, perbaikan fasilitas fisik, mengganti peralatan laboratoriu, yang rusak, dan melengkapi peralatan yang belum ada.

Berdasarkan paparan hipotesis diatas, dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Diduga Kualitas Layanan berpengaruh Positif terhadap Kepuasan Mahasiswa.

2.2.2. Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil penelitian dari Kinung and Rudini (2020) memberikan harga yang terjangkau dengan cara melihat harga pesaing, sehingga mahasiswa mencapai kepuasan. Yusuf, (2016) Keterjangkauan harga dapat mempengaruhi kepuasan. Suharyanto (2018) proses pembayaran yang mudah yaitu melalui online berupa transfer. Semakin mudah proses pembayaran kuliah bearti harga memiliki pengaruh terhadap kualitas layanan (Wijaya *et al.*, 2016). Temuan ini berbeda dengan Widodo & Ernawati (2015) kepuasan mahasiswa dapat ditingkatkan melalui citra baik dari suatu universitas. Tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa melalui kecepatan, kenyamanan, dan keramahan tenaga kerja yang terlibat. Jalan lain yang butuh ditingkatkan adalah keluasan akses pembayaran yang bisa

dilakukan melalui kartu debit, proses belajar mengajarnya, dan pelayanan administrasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ariska (2019) terdapat pengaruh baik, dan substansial antara dana pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa. Strategi Peningkatan harga dapat meningkatkan daya tarik dengan memberikan diskon, dan metode pembayaran yang mudah.

Berdasarkan paparan hipotesis diatas, dirumuskan sebagai berikut:

H2: Diduga Biaya Pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Biaya Pendidikan.

2.2.3. Kualitas Layanan Terhadap Minat Mereferensikan

Minat referensial adalah kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan suatu barang atau jasa kepada orang lain. Kepentingan preferensial adalah kepentingan yang menjadi ciri perilaku seseorang ketika ia mempunyai preferensi yang kuat terhadap barang tertentu, misalnya jasa pendidikan. Hanya jika layanan preferensi terpengaruh maka preferensi ini dapat diubah. salah satu bentuk seseorang melakukan referensial adalah ketika dia sudah merasa bahwa kualitas layanan yang diberikan sangat baik dan searah dengan apa yang dia keluarkan.

Nani (2018) mengungkapkan bahwa kualitas yang positif akan memberikan *feedback* yang positif pula, untuk untuk memajukan kualitas pelayanan yang baik perguruan tinggi mampu memenuhi kebutuhan mahasiswa. Untuk itu diperlukan upaya perbaikan untuk meningkatkan kualitas, dan meningkatkan *word of mouth* (Harini, 2012). Oleh karena itu universitas harus memberikan kualitas terbaiknya untuk menghasilkan *word of mouth* yang positif (Putra & Yasa, 2015). Wibowo *et., al* (2024). Kualitas layanan terhadap *word of mouth* melalui kepuasan harus terus melalui upaya perbaikan untuk menciptakan kualitas pelayanan sehingga menciptakan *word of mouth* terhadap orang terdekatnya. Berbeda dengan temuan (Hidayati, 2018) meskipun telah meningkatkan kualitas layanannya, mahasiswa kurang memberikan *feedback* berupa *WOM*.

Temuan dari penelitian (Rosita, 2014) menegaskan bahwa *word of mouth* dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan. pelayanan yang baik akan membuat mahasiswa merasa puas, dan akan merekomendasikan kepada orang terdekat. Manfaat dari *word of mouth* yang dirasakan perguruan tinggi adalah percaya bahwa kualitas universitas terbaiknya.

Berdasarkan Paparan hipotesis diatas, dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Diduga Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Minat Mereferensial

2.2.4. Biaya Pendidikan Terhadap Minat Mereferensikan

Semakin lanjut tingkatan pendidikan maka semakin banyak uang yang dibutuhkan, waktu, dan tingkatan penyelesaian waktu yang dibutuhkan. Untuk mengetahui risikonya konsumen harus mampu mencari informasi yang cukup. Sumber informasi yang diterima didapat dari berbagai pemasaran perguruan tinggi dapat melalui media atau secara langsung. Berbagai upaya tersebut dilakukan untuk menambah minat calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di universitasnya. Penelitian Oladele (dalam Harwani *et al.*, 2018) berbagai bentuk pesan informasi yang baik adalah yang mampu ditanggapi oleh pihak lain dengan lengkap, dan jelas.

Wahyudi & Nora, (2017) apabila ingin meningkatkan *word of mouth* dari harga maka penetapan harga yang terjangkau yang sehingga ada perasaan puas. Wibowo *et al.*, (2024) Harga yang terjangkau mampu memberikan rasa puas, oleh karena itu penetapan harga harus mampu bersaing untuk menciptakan *word of mouth*. Artinya biaya pendidikan mampu meningkatkan *word of mouth* (Wijaya *et al.*, 2016). Berbeda dengan temuan dari Achmadi *et al.*, (2019) harga tidak memberikan pengaruh langsung terhadap universitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Widiyastuti & Istiwomawati (2021) mengklaim bahwa biaya sekolah mempunyai dampak positif dan besar terhadap promosi dari mulut ke mulut. Meskipun harga

yang terjangkau dibandingkan universitas lainnya masih harus meningkatkan fasilitas yang dimiliki untuk memaksimalkan *word of mouth*.

H4 : Diduga Biaya Pendidikan berpengaruh positif terhadap minat mereferensikan

2.2.5. Kepuasan Mahasiswa Terhadap Minat Mereferensikan

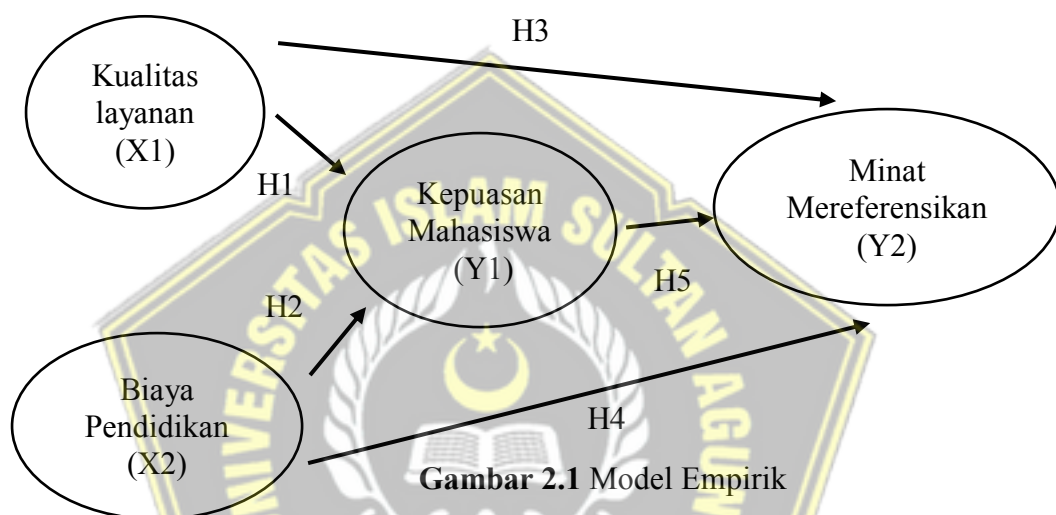
Pengaruh dominan minat mereferensikan adalah kepuasan dari mahasiswa (Rosita, 2014). Ardianto *et al.*, (2012) mahasiswa yang puas secara sukarela akan melakukan *word of mouth* dengan cara ikut berpartisipasi dalam promosi perguruan tinggi. Penelitian ini sejalan dengan Putra & Yasa (2015) kepuasan mahasiswa yang positif akan memberikan dampak yang positif juga berupa *word of mouth* kepada pihak lain sehingga mahasiswa secara tidak langsung ikut berpartisipasi dalam meningkatkan calon mahasiswa yang berminat dikampusnya. Hal ini berarti kepuasan mahasiswa dapat meningkatkan minat *word of mouth* (Wijaya *et al.*, 2018). Berbeda dengan temuan dari (Achmadi *et al.*, 2019) kualitas layanan tidak memberikan pengaruh terhadap *WOM*.

Pada penelitian Wibowo *et al.* (2024) kepuasan mahasiswa memiliki pengaruh positif, dan signifikan terhadap *word of mouth*. Cara untuk mengetahui pelanggan puas atau tidaknya yaitu dengan menilai kepuasan mahasiswa, sehingga lembaga mampu menerapkan

tujuan yang jelas. Hal ini karena kepuasan mahasiswa memiliki pengaruh kepada *word of mouth*.

H5 : Diduga Kepuasan Mahasiswa berpengaruh Positif terhadap Minat Mereferensikan

2.3. Kerangka Pemikiran



H1 : Diduga Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa.

H2 : Diduga Biaya Pendidikan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa.

H3 : Diduga Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Minat Referensial.

H4 : Diduga Biaya Pendidikan berpengaruh positif terhadap Minat Mereferensikan

H5 : Diduga Kepuasan Mahasiswa berpengaruh Positif terhadap Minat Mereferensikan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Variabel dan Definisi

Variabel penelitian dapat berupa atribut ataupun orang, obyek atau kegiatan yang beragam sehingga dapat dipelajari, dan ditarik kesimpulannya. Sedangkan definisi operasional variabel yaitu suatu variabel yang dapat diukur. Sehingga dalam penelitian ini definisi operasionalnya adalah ‘‘kualitas layanan, biaya pendidikan, kepuasan mahasiswa, dan minat mereferensikan’.

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Pengukuran
Kualitas Layanan (X1) Kualitas layanan adalah bagaimana cara universitas melayani mahasiswa dengan mengerti kebutuhan serta keinginan mahasiswa (Aswad et al., 2018).	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Emphaty</i> (Anigomang et al., 2023)	Pengukuran dengan <i>Rating Scale</i> 1 – 10
Biaya Pendidikan (X2) Untuk menghitung biaya pendidikan, Anda harus terlebih dahulu menentukan kebutuhan sumber daya keuangan pendidikan, termasuk kualifikasi atau spesifikasi dan besarnya, untuk mengelola dan menyelenggarakan pendidikan. Biaya pendidikan adalah nilai moneter dari sumber daya pendidikan yang diperlukan untuk mengelola dan menyelenggarakan pendidikan (Tamam, 2018).	1) Biaya yang terjangkau 2) Biaya yang harus dibayarkan selama kuliah. 3) Kemudahan akses pembayaran. (Triyono et al., 2021)	Pengukuran dengan <i>Rating Scale</i> 1 – 10

Variabel	Indikator	Pengukuran
Kepuasan Mahasiswa (Y1) Ketika terdapat kesesuaian antara harapan terhadap layanan dengan kenyataan yang diterima mahasiswa, maka kepuasan mahasiswa diartikan sebagai sikap positif mahasiswa terhadap layanan suatu institusi pendidikan tinggi (Benjamin et al., 2023)	1. kesesuaian antara kualitas layanan dengan harapan 2. tidak membandingkan dengan kampus lainnya 3. tidak ada keluhan.	Pengukuran dengan <i>Rating Scale</i> 1 – 10
Minat Refrensial (Y2) Minat refrensial dalam memilih universitas adalah kecenderungan seseorang untuk merekomendasikan universitas kepada orang lain (Harwani et al., 2018)	1. membicarakan pengalaman positif. 2. merekomendasikan kepada orang terdekatnya. 3. membujuk orang terdekatnya.	Pengukuran dengan <i>Rating Scale</i>
	Januar Efendi Panjaitan (dalam Wulansari & Widiowati, 2022)	
	Ali (dalam Fakhrudin et al., 2021)	

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) mengklaim bahwa item dan subjek dengan atribut yang dipilih oleh penulis termasuk dalam populasi. Studi ini melibatkan Mahasiswa FE UNISSULA. Jumlah populasinya yaitu 2.371 yang diambil dari data Dikti pada semester ganjil tahun 2023.

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2019:127) mengklaim bahwa sampel merupakan jumlah, dan karakteristik dari populasi. Apabila jumlah populasinya besar maka cukup mengambil sampel saja mengingat dana, tenaga, dan waktu

yang terbatas sehingga hanya menggunakan sampel untuk mewakili. Pada penelitian ini teknik pengambilan data menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. Kriteria responden yang ditentukan peneliti adalah mahasiswa S1 Akuntansi, dan Manajemen Angkatan 2020 – 2022. Populasi yang digunakan adalah mahasiswa S1 FE UNISSULA semester ganjil dengan jumlah mahasiswa S1 akuntansi sebanyak 950 orang, dan mahasiswa S1 manajemen sebanyak 1421 orang sehingga total keseluruhan adalah 2.731 orang.

Dimana

n = sampel minimum

N = populasi

e = presentase batas toleransi (*Margin of Error*)

Dengan jumlah populasi orang dimana penelitian ini diharapkan memiliki *margin of error* sebesar 0,1. maka jumlah sampel minimum yang harus diambil adalah sebagai berikut :

n = sampel minimum

$N = 2.371$

$e = 0,1$

$$n = \frac{2.371}{1 + 2.371 * (0.1^2)}$$

96 orang yang dibulatkan menjadi 100

3.3. Jenis dan Sumber Data

3.3.1. Jenis Data

Penelitian ini dilaksanakan melalui pengumpulan data dalam bentuk angket yang didapat langsung kemudian diolah menggunakan

analisis statistik. Jenis penelitian ini bersifat kuantitatif dan menggunakan data yang bersifat numerik atau mempunyai komponen numerik. Sumber data yang digunakan adalah primer yang didapatkan menyebarkan angket yang diberikan kepada FE UNISSULA pada tahun ajaran 2020-2022 sejumlah 100 orang.

3.3.2. Sumber Data

Data primer yang digunakan penelitian ini langsung berdasarkan sumber pertama yakni perorangan dalam bentuk wawancara, dokumentasi, observasi, dan kuesioner. Data primer penelitian ini dikumpulkan langsung dari partisipan melalui penyebaran kuesioner.

Penelitian ini juga menggunakan data sekunder, atau informasi yang diperoleh dari sumber tidak langsung. Data sekunder berupa dokumentasi, publikasi. Pada penelitian ini data sekunder didapatkan dari data dikti, buku, dan jurnal.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Rating scale merupakan pengukuran data kuantitatif, secara asli yang kemudian dijabarkan dalam bentuk deskripsi. Penilaian skala ini dianggap lebih fleksibel serta tidak terbatas pada pengukuran sikap responden. Pada metode *rating scale* responden penelitian ini akan menjawab dengan sangat tidak setuju sampai sangat setuju dengan rentang angka 1 – 10. Metode

pengumpulan data *rating scale* digunakan pada penelitian 1 – 10 ini digunakan oleh (Safitri *et.,al* 2009)

Sangat setuju 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 Sangat tidak setuju

3.5. Teknik Analisis data

Data yang sudah terkumpul dalam bentuk hasil jawaban angket berdasarkan responden hendak dilakukan menggunakan analisis statistik. Metode analisis data yakni sebuah teknik yang dipergunakan dalam melakukan pengolahan terhadap hasil penelitian untuk mendapatkan sebuah simpulan. Melalui pengamatan kerangka pemikiran teoritis, dengan demikian teknik analisis data yang dipergunakan pada penelitian ini yakni analisis kuantitatif dengan memakai metode analisis regresi berganda, artinya variabel memiliki variabel yang lebih dari satu. Selain itu, bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas pada variabel terikat. Analisis data penelitian menggunakan software SPSS versi 26. Dengan cara komperhensif metode analisis data pada penelitian ini diantaranya:

3.5.1. Uji Instrumen

3.5.1.1. Uji Validitas

Ghozali (2021:66) uji validitas dipakai untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu variabel dalam pengukuran questioner. Instrument questioner yang valid yang diukur dengan tepat yang artinya validitas dapat berhubungan dengan ketepatan alat. Instrumen yang valid menghasilkan data yang valid. Korelasi pearson yang dipergunakan dalam menguji validitas suatu quesiner

Persamaannya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dimana :

- Rxy = Koefisien Korelasi
 $\sum X$ = Skor pertanyaan tiap nomor
 $\sum Y$ = Jumlah skor total Pertanyaan
 N = Jumlah Sampel

- 1) Bila r hitung > r tabel dengan demikian variabel ataupun butir itu valid.
- 2) Bila r hitung < r tabel dengan demikian variabel ataupun butir itu tidak valid

3.5.1.2. Uji Reabilitas

Ghozali (2021:61) uji reabilitas adalah suatu uji yang digunakan untuk memberikan hasil yang relevan sama Jawaban dari responden menentukan apakah questioner dapat dikatakan realibel atau tidak. Jawaban dari responden dapat dikatakan realibel apabila jawabannya tidak acak

$$r_{11} = \left(\frac{k}{(k-1)} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Dimana :

r11 = Reabilitas Instrument

b2 = Jumlah Varian Butir

Aturan yang diberlakukan nilai *cronbach alpha* > 0,70. Maka data kuesioner bisa dinyatakan relibel.

3.5.2. Uji Asumsi Klasik

Sesudah pengujian sebelumnya, berikutnya yakni uji hipotesis, dan uji kualitas data dengan tahap lain. analisis regresi berganda yakni sebuah analisis yang dipergunakan dalam mengukur pengaruh dua ataupun lebih variabel bebas model ini dipergunakan sebab penulis hendak mengukur sejauh apa hubungan antara variabel independen dan dependen. Selain itu, terdapat rumus regresi linier berganda, seperti:

Dimana :

$$Y_1 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

$$Y_2 = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3Y_1 + e$$

Y = variabel dependen

Y₁ = kepuasan mahasiswa

Y₂ = minat refrensial

a = konstanta

b = koefisien determinasi

X = variabel independen

X₁ = kualitas Layanan

X₂ = biaya pendidikan

e = error term

3.5.2.1 Uji Normalitas

Ghozali (2021:196) Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah variabel terikat merupakan variabel terikat atau keduanya terdistribusi secara teratur. Jika sebaran datanya normal atau mendekati normal maka model regresi dikatakan baik. Uji normalitas yang dilakukan di dalam penelitian dalam bentuk distribusi data yang berbentuk histogram maupun probability normal plot data yang berdistribusi normal apabila berbentuk seperti lonceng. Sedangkan normal probability plot yang normal mengikuti arah garis diagonal normal. Pada penelitian menggunakan uji normalitas non parametik kolmogrov Smirnov (K-S).

3.5.2.2 Uji Multikoloniaritas

Tujuan ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya model regresi antar variabel X. Akibatnya tidak terdapat hubungan antar variabel dalam model regresi yang baik. Variabel X sama dengan nol jika terdapat korelasi antar variabel yang menunjukkan bahwa variabel tersebut ortogonal. Hasil nilai R² dapat digunakan untuk menentukan model regresi empiris yang sangat tinggi dan menentukan ada tidaknya tanda multikoloniaritas. Secara umum nilai multikoloniaritas tinggi diatas 0,90 namun bukan berarti bebas multikoloniaritas. Untuk melihat ada atau tidaknya multikoloniaritas secara umum menggunakan nilai tolerance $0,10 <$ atau $VIF > 10$.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap pengamatan yang tetap menyebabkan model regresi mengalami variansi yang tidak sama akibat adanya kesalahan perancu, dengan demikian dinamakan heteroskedastisitas. Rata-rata data crosssection mengandung kondisi heteroskedastisitas, sebab data ini mengumpulkan informasi mengenai sejumlah ukuran (kecil, sedang, dan besar).

Representasi visual yang menunjukkan hubungan antara kesalahan pengganggu dan nilai yang diharapkan dari variabel terikat dapat digunakan untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas. Jika terdapat suatu pola, katakanlah titik-titik tersebut membentuk pola terstruktur yang bergelombang dan melebar sebelum menyempit, hal ini menunjukkan telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak terlihat pola dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dengan cara statistikpun bisa dilaksanakan menggunakan pengujian Glesjer yang memiliki tujuan dalam mengukur apakah pada model regresi mengalami ketidaksamaan varians dari kesalahan pengganggu masing-masing pengamatannya yang lainnya. Suatu model regresi dikatakan baik apabila nilai t hitungnya lebih kecil dari t tabel dan mempunyai tingkat signifikansi di atas 0,05, tanpa mengalami heteroskedastisitas. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05 dan nilai

t hitung lebih besar dari t tabel maka terjadi heteroskedastisitas. Ghozali (2021:184).

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Ghozali (2021:162) Uji korelasi ini digunakan untuk mengetahui apakah kesalahan gangguan antara periode t dan t-1 (sebelumnya) dalam model regresi linier berkorelasi. Jika ditemukan korelasi maka ditemukan masalah autokorelasinya. Untuk mengetahui adanya korelasi atau tidaknya maka dilakukan observasi yang beruntun sepanjang waktu yang memiliki kaitannya antara satu sama lain.

Pengujian ini menggunakan Run test yang menjadi bagian dari pengujian non parametric. Pengujian ini bisa digunakan untuk melihat korelasi tinggi tidaknya. Namun apabila tidak ada hubungannya maka dianggap rendah. Nilai signifikansinya adalah $> 0,05$. pengujian dengan metode run test digunakan untuk melihat apakah data residual bersifat acak atau tidak.

H₀ : residual (res_1) random (acak)
H_A : residual (res_1) tidak random

3.5.3. Uji Hipotesis

3.5.3.1 Uji T

Ghozali (2021:148) Uji t di pergunakan dalam mengukur signifikansi korelasi variabel Y, dan variabel X dengan cara parsial ataupun bisa dinyatakan pengujian uji t dengan cara umum

menunjukkan sejauh apa suatu variabel bebas dengan cara individual bisa menerangkan varians-variens terikat.

Sesuai hipotesis yang sudah dirumuskan pada bab terdahulu, dengan demikian pada penelitian ini uji signifikansi parameter individu (Uji t) memakai *two tail test* (penguji dua arah). Penulis memakai *two tail test* karena H_a adalah hipotesis komposit dua arah yang bisa menunjukkan variabel independent yang memiliki pengaruh yang negatif ataupun positif pada variabel dependen. Dalam hal ini menunjukkan apakah tiap-tiap variabel independen berpengaruh signifikan pada variabel dependen.

Adapun prosedurnya antara lain

- a) Dengan demikian H_0 dan H_a (Hipotesis alternative dan hipotesis nihil).
- b) Melalui hasil print out computer program SPSS 26.0 for windows, di peroleh nilai t-hitung menggunakan nilai signifikansi nilai t.
- c) Bila signifikan nilai $t > 0,05$ dengan demikian berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas serta terikat.
- d) Bila signifikan nilai $t > 0,05$ dengan demikian tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas serta terikat.

3.5.3.2 Uji F (Uji Simultan)

Ghozali (2018:98) Pengujian ini sering kali menunjukkan apakah setiap variabel independen dalam model mempengaruhi

variabel dependen pada saat yang bersamaan. dalam mengukur hipotesis terdapat ketentuan mengambil keputusan yakni antara lain:

- 1) Bila nilai signifikan diatas 0,05 dengan demikian H_0 diterima ataupun H_a ditolak. Maka mengidentifikasi bahwa seluruh variabel bebas ataupun bebas tidak berpengaruh dengan cara simultan pada variabel terikat.
- 2) Bila nilai signifikan dibawah 0,05 dengan demikian H_0 ditolak ataupun H_a diterima, maka mengidentifikasikan bahwa seluruh variabel bebas ataupun bebas berpengaruh dengan cara simultan pada variabel terikat.

3.5.3.3 Koefisien Determinasi

Ghozali (2021:147) Koefisien determinasi ($Adjusted R^2$) dengan cara menguji sejauh apa kapasitas model kapasitas model untuk menerangkan varians variabel terikat. Tabel model pada keluaran SPSS berisi koefisien determinasi yang dilambangkan dengan simbol R Square. $Adjusted R$ square, juga dikenal sebagai customized R 70 square, digunakan dalam regresi linier berganda dengan cara yang berlawanan karena cocok dengan jumlah variasi yang digunakan dalam penelitian. Pada realitanya $Adjust R$ square bisa memiliki nilai positif. Pengujian empiris menghasilkan nilai R square (Adj) nol. Maka secara matematisnya adalah :

Jika $R^2 = 1$ maka nilai $Adjusted R^2 = R^2 = 1$

Jika $R^2 = 0$ maka $adjusted R^2 = (1 - k) / (n - k)$

Jika $k > 1$ maka nilai $adjusted$ dalah negatif.

3.6. Uji Sobel

Uji sobel ini merupakan untuk mengetahui hasil mediasi antara hubungan independen (Y) terhadap dependent (X). Ghozali, (2021;286) uji sobel harus menggunakan sampel yang besar dengan nilai koefisien yang normal, akan tetapi apabila datanya sedikit dapat berpeluang tidak normal semakin tinggi. Oleh karena itu apabila datanya perkalian dua variabel menghasilkan data yang positif maka asumsi dari uji normalitas adalah *underpower* test mediasi.

Untuk menghitung sobel pada tahap pengujian sobel menggunakan analisis, penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut: Jika nilai p value kurang dari 0,05 pada taraf signifikan maka data tersebut dapat menjadi mediator.

3.7. Analisis Jalur

Analisis jalur ini untuk menguji variabel intervening. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui apakah variabel diterima atau ditolak. Selain itu untuk mengetahui hubungan struktural berbagai variabel bebas, dan variabel terikat apakah ada pengaruh langsung maupun tidak langsung pada model penelitian (Ghozali 2021 : 277).

Berikut ini merupakan pengambilan keputusan analisis jalur :

- 1) Apabila pengaruh langsung $>$ pengaruh tidak langsung maka hipotesis diterima.
- 2) Apabila pengaruh langsung $<$ pengaruh tidak langsung maka hipotesis ditolak.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Penelitian

Dengan kepuasan mahasiswa sebagai variabel intervening, pelaksanaan penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis bagaimana harga pendidikan dan kualitas layanan mempengaruhi minat rujukan. Responden yang semuanya merupakan mahasiswa FE UNISSULA berjumlah seratus orang. Analisis responden ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Perincian Responden

No.	Keterangan	Kriteria	Jumlah	Presentase
1.	Angkatan	2020	40	40%
		2021	44	44%
		2022	16	16%
Total			100	100%
2.	Prodi	Akuntansi	49	49%
		Manajemen	51	51%
Total			100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.1

Dilihat dari segi angkatan sebagian besar responden merupakan Angkatan tahun 2020 dengan jumlah sebanyak 40 mahasiswa atau 40%. Angkatan 2021 dengan jumlah sebanyak 44 atau 44%. Angkatan 2022 dengan jumlah sebanyak 16 atau 16%.

Dilihat dari prodi responden, sebagian besar responden dari akuntansi dengan jumlah sebanyak 49 atau 49%. Prodi manajemen dengan jumlah sebanyak 51 pengunjung atau 51%.

4.2. Analisis Deskriptif Variabel

Variabel penelitian yang diteliti dalam penelitian ini dievaluasi oleh responden dengan menggunakan analisis variabel deskriptif. Untuk pembagian penilaian responden terhadap variabel didasarkan pada perhitungan berikut :

$$I = \frac{\text{Penilaian tertinggi} - \text{Penilaian Terendah}}{\text{Jumlah Kategori Kelas}} = \frac{10 - 1}{10} = 0,90$$

Berdasarkan pada perhitungan tersebut maka diperoleh nilai interval sebesar 0,90. Pembagian klasifikasi penilaian dijabarkan pada perhitungan berikut :

Tabel 4.2 Kriteria Penilaian Responden Terhadap Variabel

Poin Penilaian	Kategori Kelas
1,00 – 1,90	Sangat Rendah
1,91 – 3,80	Rendah
3,81 – 5,70	Sedang
5,71 – 7,60	Tinggi
7,61– 9,51	Sangat Tinggi

4.2.1. Kualitas Layanan

Analisis deskriptif variabel kualitas layanan dijabarkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Item Pertanyaan	Skala										Rata-rata	Kategori
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Bukti Fisik	KL.1	1	1	6	4	4	7	10	27	31	9	7,54	Tinggi
	KL.2	1	0	3	5	7	4	13	26	19	22	7,79	Sangat Tinggi
	KL.3	1	1	2	5	7	5	10	21	31	17	7,81	Sangat Tinggi
	KL.4	1	1	3	3	6	7	11	22	28	18	7,81	Sangat Tinggi
Keandalan	KL.5	0	0	1	3	5	8	16	21	21	25	8,07	Sangat Tinggi
	KL.6	1	2	7	6	14	7	13	18	21	11	6,96	Tinggi
Daya Tanggap	KL.7	1	1	1	7	4	6	15	28	22	15	7,67	Sangat Tinggi
Jaminan	KL.8	0	0	1	3	5	8	16	21	21	25	8,07	Sangat Tinggi
	KL.9	1	2	7	6	14	7	13	18	21	11	6,96	Tinggi
Empati	KL.10	1	1	1	7	4	6	15	28	22	15	7,67	Sangat Tinggi
	KL.11	0	0	0	1	3	5	8	21	21	25	8,07	Sangat Tinggi
Rata-rata Nilai											7,67	Sangat Tinggi	

Sumber: Hasil analisis deskriptif Kualitas Layanan yang diolah, 2024

Berdasarkan pedoman pada tabel analisis deskriptif kualitas layanan dengan jumlah responden 100 mahasiswa FE dapat diketahui bahwa nilai rata-rata 7,67 yang artinya masuk pada kategori sangat tinggi. Pada indikator bukti fisik item pertanyaan KL.1 “Memiliki fasilitas fisik lengkap sesuai kebutuhan pembelajaran” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7,54 dengan kategori tinggi, KL.2 “Area parkir yang disediakan baik untuk kendaraan roda dua ataupun empat sangat luas” FE UNISSULA memberikan perawatan pemeliharaan gedung universitas yang baik” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7,79 dengan kategori sangat tinggi, KL.3 “FE UNISSULA ruang

kelas yang bersih, nyaman, dan tertata” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7,81 dengan kategori sangat tinggi. Pada indikator keandalan item pertanyaan KL.5 “ FE UNISSULA memiliki dosen yang berkompeten.” mendapatkan skor rata-rata sebesar 8,07 dengan kategori sangat tinggi, KL.6 “ SIM yang sering mengalami kendala” mendapatkan skor rata-rata sebesar 6,96 dengan kategori sangat tinggi. Pada indikator daya tanggap item pertanyaan KL.7 “ FE UNISSULA memberikan informasi laporan kemajuan akademik” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7,67 dengan kategori sangat tinggi. Pada indikator jaminan item pertanyaan KL.8 “Dosen FE UNISSULA mempunyai kompetensi pada mata kuliah yang diajarkan kepada mahasiswanya” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7,67 dengan kategori sangat tinggi, KL.9 “ FE UNISSULA memiliki petugas keamanan cekatan” mendapatkan skor rata-rata sebesar 6,96 dengan kategori sangat tinggi, pada indikator empati item pertanyaan KL.10 “ Apabila ada kendala atau kurang memahami tentang mata kuliah maka bisa menghubungi dosen yang bersangkutan” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7,67 dengan kategori sangat tinggi, KL.11 “ Dosen bisa di hubungi diluar jam kelas” mendapatkan skor rata-rata sebesar 8,07 dengan kategori sangat sangat tinggi,

4.2.2. Biaya Pendidikan

Analisis deskriptif variabel biaya pendidikan dijabarkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Variabel Biaya Pendidikan

Indikator	Item	Skala										Rata-rata	Kategori
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Biaya yang terjangkau Rincian (Item biaya kuliah Mudahnya proses pembayaran	BP.1	0	0	6	6	5	10	15	21	23	14	7,47	Tinggi
	BP.2	1	3	4	8	4	7	15	25	25	8	7,23	Tinggi
	BP.3	2	0	5	4	6	7	11	24	26	15	7,58	Tinggi
	BP.4	0	0	4	1	8	8	14	27	20	18	7,78	Sangat Tinggi
	BP.5	3	2	5	2	6	7	11	31	15	18	7,42	Tinggi
	BP.6	1	1	1	3	4	4	14	25	22	25	8,08	Sangat Tinggi
	BP.7	1	1	2	4	5	2	10	25	26	24	8,06	Sangat Tinggi
Rata – rata keseluruhan											7,66	Sangat Tinggi	

Sumber : Hasil analisis deskriptif biaya pendidikan, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui rata-rata skor jawaban dari 100 responden dengan variabel biaya pendidikan adalah 7,66 dengan kategori sangat tinggi. Hal ini bearti mahasiswa merasa puas karena fasilitas, dan biaya pendidikan yang diberikan sebanding. Pada indikator biaya yang terjangkau dengan item pertanyaan BP.1 “ Saya merasa biaya kuliah di FE UNISSULA terjangkau” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.47 dengan kategori tinggi, dan pertanyaan BP.2 “Saya merasa biaya

kuliah di FE UNISSULA sebanding dengan kualitas pendidikan yang diberikan” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.42 dengan kategori tinggi meskipun skor rata-ratanya paling rendah . Pada indikator rincian (Item biaya) biaya kuliah item pertanyaan BP.3 “ Saya merasa rincian (item biaya) biaya kuliah sudah jelas, dan mudah dipahami” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.58 dengan kategori tinggi, dan pertanyaan BP.4“ Saya merasa kampus memberikan informasi yang jelas, dan rinci tentang item biaya kuliah yang dibutuhkan selama menempuh pendidikan di FE UNISSULA” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.78 dengan kategori sangat tinggi. Pada indikator mudahnya proses pembayaran dengan item pertanyaan BP.5 “ Saya mendapatkan bantuan dari pihak kampus dalam proses pembayaran biaya kuliah” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.42 dengan kategori tinggi, pertanyaan BP.6“ Saya mudah mengakses layanan pembayaran biaya kuliah secara online” mendapatkan skor rata-rata sebesar 8.08 dengan kategori sangat tinggi serta perolehan skor rata-rata paling tinggi, dan pertanyaan BP.7 “ Saya mudah mengakses informasi mengenai rincian biaya kuliah yang harus dibayarkan” mendapatkan skor rata-rata sebesar 8,06 dengan kategori sangat tinggi.

4.2.3. Kepuasan Mahasiswa

Analisis deskriptif variabel kepuasan mahasiswa dijabarkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel Kepuasan Mahasiswa

Indikator	Item Pertanyaan	Skala										Rata-rata	Kategori
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Kesesuaian Harapan	KM.1	0	0	3	8	9	8	16	19	27	10	7,41	Tinggi
	KM.2	0	1	2	4	8	12	19	28	19	7	7,34	Tinggi
	KM.3	0	0	3	6	9	11	11	22	27	11	7,50	Tinggi
Perbandingan dengan produk sejenis	KM.4	1	1	6	5	7	6	16	25	24	9	7,30	Tinggi
Tidak ada keluhan	KM.5	2	3	5	8	9	6	13	24	19	11	7,00	Tinggi
	KM.6	1	1	3	6	7	5	10	31	22	14	7,57	Tinggi
Rata keseluruhan											7,35	Tinggi	

Sumber : Data yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui rata-rata skor jawaban dari 100 responden dengan variabel kepuasan mahasiswa adalah 7,35 dengan kategori tinggi. Hal ini berarti mahasiswa merasa puas karena fasilitas, dan biaya pendidikan yang diberikan sebanding. Pada indikator kesesuaian harapan item pertanyaan KM.1 “Kualitas pengajaran yang di berikan FE UNISSULA karena sesuai dengan harapan saya. ” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.41 dengan kategori tinggi, KM.2 “ Kualitas pelayanan yang diberikan staf FE UNISSULA sesuai dengan harapan saya ” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.34 dengan kategori tinggi, dan KM.3 “ Program yang ditawarkan FE UNISSULA sesuai dengan harapan saya ” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.50 dengan kategori tinggi. Pada indikator perbandingan

produk sejenis dengan item pertanyaan KM.4 ‘Fasilitas di FE UNISSULA lebih baik dari tempat lain’ mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.30 dengan kategori tinggi. Pada indikator Tidak ada keluhan dengan item pertanyaan KM.5 ‘Saya tidak pernah mengeluhkan terkait dengan pelayanan dan fasilitas FE UNISSULA’ mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.00 dengan kategori tinggi meskipun memperoleh skor Rata-rata paling sedikit, dan KM.6 ‘Proses pembayaran di FE UNISSULA sesuai dengan harapan saya’ mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.57 dengan kategori tinggi serta memperoleh skor rata-rata paling tinggi.

4.2.4. Minat Mereferensikan

Analisis deskriptif variabel minat referensial dijabarkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel Minat Referensikan

Indikator	Item Pertanyaan	Skala										Rata-rata	Kategori
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1. Membicarakan pengalaman	MR.1	2	5	4	4	8	3	14	26	24	10	7,20	Tinggi
	MR.2	0	0	9	3	8	8	14	28	16	18	7,33	Tinggi
	MR.3	0	1	4	4	10	5	22	18	24	12	7,44	Tinggi
2. Merekomendasi	MR.4	4	2	7	1	9	4	12	23	20	18	7,30	Tinggi
	MR.5	1	0	4	4	7	11	11	26	21	15	7,54	Tinggi
3. Membujuk	MR.6	2	2	8	4	11	9	10	26	15	13	6,98	Tinggi
Nilai rata-rata											7,29	Tinggi	

Sumber : Hasil analisis deskriptif minat referensial, 2024

Berdasarkan berpedoman pada tabel analisis deskriptif minat referensial dengan jumlah responden 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi dapat diketahui bahwa nilai rata-rata 7,29 yang artinya masuk pada kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa mahasiswa melakukan minat referensial yang tinggi untuk menarik calon mahasiswa. Pada indikator membicarakan pengalaman item pertanyaan MR.1 “ Saya sering membahas kegiatan yang ada di universitas dengan teman-teman ” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.20 dengan kategori tinggi, MR.2 “Saya senang membicarakan pengalaman positif di FE UNISSULA dengan orang lain” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.33 dengan kategori tinggi, dan MR.3 “ Saya secara sukarela melakukan promosi *word of mouth* kepada orang terdekatnya seperti saudara, teman, dan kerabatnya” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.44 dengan kategori tinggi. Pada indikator merekomendasikan dengan item pertanyaan MR.4 “ Saya memilih FE UNISSULA dengan pertimbangan berbagai pihak (teman, keluarga, dan Alumni)” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.30 dengan kategori tinggi, dan MR.5 “ Saya merekomendasikan FE UNISSULA kepada teman, keluarga, dan orang lain” mendapatkan skor rata-rata sebesar 7.54 dengan kategori tinggi. Pada indikator dorongan dengan maksud membujuk dengan item pertanyaan MR.6 “ Saya mendorong, dan membujuk teman keluarga untuk memilih FE UNISSULA.” mendapatkan skor rata-rata sebesar 6,98 dengan kategori tinggi.

4.3. Analisis Data

4.3.1. Uji Validitas

r hitung variabel kualitas pelayanan, biaya pendidikan, kepuasan mahasiswa, dan minat referensial $>$ r tabel (0,198), seperti terlihat pada Tabel 4.4, mendukung validitas dan keterapan angket penelitian. Hasil ini diperoleh dengan menggunakan program SPSS.

Tabel 4.7 Uji Validitas

No	Variabel	r hitung	Kondisi	r tabel	Keterangan	
1	Kualitas layanan	Indikator KL.1	0.608	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.2	0.436	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.3	0.687	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.4	0.614	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.5	0.483	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.6	0.424	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.7	0.615	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.8	0.483	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.9	0.424	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.10	0.615	$>$	0.198	Valid
		Indikator KL.11	0.483	$>$	0.198	Valid
2	Biaya pendidikan	Indikator BP.1	0.642	$>$	0.198	Valid
		Indikator BP.2	0.745	$>$	0.198	Valid

No	Variabel	r hitung	Kondisi	r tabel	Keterangan			
3	Kepuasan mahasiswa	Indikator BP.3	0.822	>	0.198	Valid		
		Indikator BP.4	0.762	>	0.198	Valid		
		Indikator BP.5	0.655	>	0.198	Valid		
		Indikator BP.6	0.675	>	0.198	Valid		
		Indikator BP.7	0.715	>	0.198	Valid		
		Indikator KM.1	0.837	>	0.198	Valid		
		Indikator KM.2	0.834	>	0.198	Valid		
		Indikator KM.3	0.858	>	0.198	Valid		
		Indikator KM.4	0.856	>	0.198	Valid		
		Indikator KM.5	0.868	>	0.198	Valid		
		Indikator KM.6	0.829	>	0.198	Valid		
		Indikator MR.1	0.816	>	0.198	Valid		
		Indikator MR.2	0.804	>	0.198	Valid		
		4	Minat referensial	Indikator MR.3	0.891	>	0.198	Valid
				Indikator MR.4	0.823	>	0.198	Valid
				Indikator MR.5	0.793	>	0.198	Valid
				Indikator MR.6	0.836	>	0.198	Valid

Sumber : Hasil uji validitas, 2024

Tabel di atas menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel penelitian mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,198, hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator adalah valid dan setiap item pernyataan yang digunakan untuk menyajikan suatu indikator dapat mencirikan variabel-variabel yang digunakan dalam uji analisis. Lebih-lebih lagi.

4.3.2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas data uji mengadopsi *Cronbach Alpha*, jika *Cronbach Alpha* $> 0,7$ maka kuesioner dapat dikatakan konsisten atau *reliabel* (Imam Ghozali, 2021:62).

Tabel 4.8 Hasil Uji Reabilitas

No.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Kualitas layanan (X1)	0.924	Reliabel
2	Biaya pendidikan (X2)	0.866	Reliabel
3	Kepuasan mahasiswa (X3)	0.919	Reliabel
3	Minat referensial (X4)	0.905	Reliabel

Sumber: Hasil uji reliabilitas, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan program SPSS, maka *Cronbach Alpha* masing-masing variabel memiliki nilai r tabel lebih besar dari $> 0,7$. Artinya jawaban responden konsisten dari setiap pertanyaan yang diajukan.

4.4. Uji Asumsi Klasik

Analisis regresi tidak dapat dilakukan tanpa terlebih dahulu melakukan uji asumsi klasik untuk mengetahui validitas hasil.

4.4.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021:196), uji normalitas digunakan untuk mengetahui data terdistribusikan normal atau tidaknya. Jumlah data yang digunakan dalam uji normalitas diharuskan menggunakan jumlah yang besar agar data dapat dikatakan valid. Hasil uji normalitas yang diperoleh dengan menggunakan software SPSS akan ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

Model Persamaan Regresi	Asymp. Sig (2-tailed)	Keterangan
Persamaan 1		
$Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + e$	0,200	Data kuantitatif terdistribusi normal
X_1 : Kualitas layanan		
X_2 : Biaya pendidikan		
Y_1 : Kepuasan mahasiswa		
Persamaan 2		
$Y_3 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Y_1 + \beta_3 Y_2 + e$	0,200	Data kuantitatif terdistribusi normal
X_1 : Kualitas Layanan		
X_2 : Biaya Layanan		
Y_2 : Kepuasan Mahasiswa		
Y_3 : Minat Referensial		

Sumber : Data primer diolah, 2024

Studi ini menggunakan metode normal *probability plot* dengan derajat keyakinan α 5 %. Kriteria pengujian ini menggunakan besaran uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut :

- a) Jika signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.
- b) Jika signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Data yang digunakan dalam model regresi dapat ditentukan berdistribusi normal berdasarkan temuan uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yang ditampilkan pada Tabel 4.9. Nilai signifikansinya lebih besar dari nilai kritis yaitu ($0,200 > 0,05$).

4.4.2. Uji Multikoloniaritas

Ghozali (2021:157) mengatakan bahwa nilai torelansi, dan faktor pengaruh variabel (VIF) diperlukan untuk mengetahui tidaknya multikoloniaritas. Apabila nilai tolerance $> 10\%$ dan nilai VIF $< 10\%$, dan VIF lebih besar maka menunjukkan bahwa ada masalah multikolonieritas. Hasil uji multikoloniaritas dilakukan dengan program SPSS berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikoloniaritas

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	Statistics VIF	
Model Regresi 1			
- Kualitas Layanan	0,324	3,090	Bebas Multikolonieritas
- Biaya Pendidikan	0,324	3,090	Bebas Multikolonieritas
Var. Dependent Kepuasan Mahasiswa			
- Kualitas Layanan	0,282	3,541	Bebas Multikolonieritas
- Biaya Pendidikan	0,235	4,255	Bebas Multikolonieritas
- Kepuasan Mahasiswa	0,263	3,809	Bebas Multikolonieritas
Variabel Dependent Minat Merefrensikan			

Sumber : data yang diolah, 2024

Tidak ada multikolinearitas antar variabel independenn dalam model regresi, seperti yang dilihat dari tabel 4.10.

4.4.3. Uji Heterskedastisitas

Apabila varian residual setiap observasi dalam model regresi berbeda, maka dapat diketahui dengan menggunakan uji heteroskedastisitas. Tidak boleh terjadi homoskedastisitas maupun heteroskedastisitas dalam model regresi model penelitian yang kompeten. (Ghozali, 2021:178). Pada studi ini untuk melihat apakah terjadi masalah heteroskedastisitas menggunakan uji Glejer tingkat signifikansinya $> 0,05$. Uji ini menggunakan aplikasi SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Persamaan Regresi	Sig	Keterangan
Model 1		
Kualitas Layanan	0,099	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Biaya Pendidikan	0,965	Tidak Terja di Heteroskedastisitas
Model 2		
Kualitas Layanan	0,956	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Biaya Pendidikan	0,144	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kepuasan Mahasiswa	0,608	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil uji heteroskesdastisitas, 2024

Hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan pada studi ini.

4.4.4. Uji Autokorelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui apakah ada kesalahan sebelum melakukan uji regresi linier berganda (Ghozali, 2021:162).

Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi

Model	Signifikan	Keterangan
Model 1	0,421	Tidak terdapat gejala Autokorelasi
Model 2	0,070	Tidak terdapat gejala Autokorelasi

Sumber : Hasil uji Autokorelasi, 2024

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* pada model 1 sebesar $0,421 > 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi. Tidak terjadinya gejala autokorelasi maka analisis regresi linier dapat dilanjutkan.

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* pada model 2 sebesar $0,070 > 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala autokorelasi. Tidak terjadinya gejala autokorelasi maka analisis regresi linier dapat dilanjutkan.

4.5. Uji Hipotesis

4.5.1. Analisis Linier Berganda

Tabel 4.13 Hasil Regresi Linier Berganda

Persamaan Regresi	Koefisien	T-hitung	Sig
Model 1			
Kualitas Layanan	0,344	3,763	0,000
Biaya Pendidikan	0,553	6,048	0,000
Model 2			
Kualitas Layanan	0,218	2,808	0,006
Biaya Pendidikan	0,203	2,300	0,024
Kepuasan Mahasiswa	0,533	6,178	0,000

Sumber : Hasil uji regresi linear berganda, 2024

Rumus persamaan regresi 1 sebagai berikut :

$$Z = 0,344 X_1 + 0,533 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi 1 tersebut dapat diartikan bahwa :

- 1) Nilai koefisien kualitas layanan sebesar 0,344 dengan nilai positif artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Jika kualitas layanan sesuai dengan ekpektasi mahasiswa, maka semakin besar peluang mahasiswa untuk mencapai kepuasan.
- 2) Nilai koefisien biaya pendidikan sebesar 0,553 dengan nilai positif artinya variabel biaya pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini menunjukkan semakin terjangkau biaya pendidikan maka semakin meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Adapun rumus persamaan regresi 2 sebagai berikut :

$$Y = 0,218 X_1 + 0,203 X_2 + 0,533 Z$$

Berdasarkan persamaan regresi 2 tersebut dapat diartikan bahwa :

- 1) Nilai koefisien kualitas layanan sebesar 0,218 dengan nilai positif artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mereferensikan. Hal ini semakin baik kualitas layanan maka akan semakin meningkatkan minat mereferensikan.

- 2) Nilai koefisien biaya pendidikan sebesar 0,203 dengan nilai positif artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat mereferensikan. Semakin terjangkau biaya pendidikan maka akan semakin meningkatkan minat refrensial seorang mahasiswa.
- 3) Nilai koefisien kepuasan mahasiswa sebesar 0,533 dengan nilai positif artinya variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mereferensikan. Semakin tinggi Tingkat kepuasan mahasiswa maka semakin besar tinggi minat mereferensikan.

4.5.2. Uji Regresi secara Parsial (Uji t)

Tujuan uji t adalah untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen seluruhnya atau sebagian. Berikut ini adalah persyaratan untuk tes ini:

- 1) Jika nilai signifikansinya < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian hipotesis diterima atau terbukti.
- 2) Jika nilai signifikansinya > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan demikian hipotesis diterima atau tidak terbukti.

Tabel 4.14 Hasil Uji t

Pengaruh Antar Variabel	t- hitung	t- tabel	Sig t	Keterangan
Kualitas Layanan Memiliki Pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa	3,763	1,661	0,000	H1 diterima
Biaya Pendidikan Memiliki Pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa	6,048	1,661	0,000	H2 diterima
Kualitas Layanan Memiliki Pengaruh signifikan terhadap Minat Mereferensikan	2,808	1,661	0,006	H3 diterima
Biaya Pendidikan Memiliki Pengaruh signifikan terhadap Minat Mereferensikan	2,300	1,661	0,024	H4 diterima
Kepuasan Mahasiswa Memiliki Pengaruh signifikan terhadap Minat Mereferensikan	6,178	1,661	0,000	H5 diterima

Sumber : Hasil uji hipotesis (uji t) , 2024

1) Pengaruh Kualitas layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil pengujian antara kualitas layanan, terhadap kepuasan mahasiswa diperoleh t-hitung $3,763 > 1,661$ yang menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan kualitas layanan memiliki pengaruh positif, dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa **diterima**.

2) Pengaruh biaya Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Nilai thitung sebesar $6,048 > 1,661$ dicapai saat menguji dampak biaya pendidikan terhadap kebahagiaan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa t-hitung melebihi t-tabel sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan ini menyiratkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa biaya pendidikan mempunyai dampak positif dan besar terhadap kebahagiaan mahasiswa, **diterima**.

3) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Mereferensikan

Nilai thitung sebesar $2,808 > 1,661$ yang berarti t-hitung lebih besar dari t-tabel $0,006 < 0,05$, diperoleh dari hasil penilaian kualitas pelayanan terhadap minat rujukan. Temuan ini menyiratkan bahwa hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa kualitas layanan secara signifikan dan positif mempengaruhi minat rujukan, **diterima**.

4) Pengaruh Biaya Pendidikan Terhadap Minat Mereferensikan

Nilai thitung sebesar $2,300 > 1,661$ yang menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar dari t-tabel $0,024 < 0,05$ yang diperoleh dari penilaian biaya sekolah terhadap minat merujuk. Temuan ini menyiratkan bahwa hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa biaya pendidikan mempunyai dampak positif dan besar terhadap minat rujukan, **diterima**.

5) Pengaruh Kepuasan Mahasiswa Terhadap Minat Mereferensikan

Pengujian kepuasan mahasiswa terhadap minat referensi menghasilkan t-hitung sebesar $6,178 > 1,661$ yang berarti t-hitung melebihi t-tabel sebesar $0,000 < 0,05$. Temuan ini menyiratkan bahwa hipotesis kedua, yang menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa secara signifikan dan positif mempengaruhi minat rujukan, **diterima**.

4.5.3. Uji F (Simultan)

Tabel 4.15 Uji F

Model	F hitung	F tabel	Signifikan
Model Regresi 1	136,221	3,0901	0,000
Model Regresi 2	111,466	3,0901	0,000

Sumber : Hasil uji F,2024

Pada tabel diatas model regresi 1 F hitung sebesar 136,211, F tabel sebesar 3,0901 dengan tingkat signifikannya 0,000 yang artinya F hitung > F tabel, dan sig < 0,05. Artinya kualitas layanan, biaya pendidikan bersama-sama mempengaruhi kepuasan mahasiswa.

Pada tabel diatas model regresi 1 F hitung sebesar 111,466, F tabel sebesar 3,0901 dengan tingkat signifikannya 0,000 yang artinya F hitung > F tabel, dan sig < 0,05. Artinya kualitas layanan, biaya pendidikan, kepuasan mahasiswa bersama-sama mempengaruhi minat mereferensikan.

4.5.4. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur tingkat keragaman absolut dalam variabel dependen yang dipahami oleh variabel otonom dalam model relaps. Hasil uji koefisien determinasi model relaps 1 dan 2 akan terlihat pada nilai R Square yang berubah yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjust R Square
Model Regresi 1	0,737	0,732
Model Regresi 2	0,777	0,770

Sumber : Hasil uji koefisien determinasi, 2024

Nilai *adjusted R Square* dalam model regresi 1 adalah 0,737, yang menyiratkan bahwa 73,7% dari variabel dependen, khususnya kepuasan siswa, dapat dipahami oleh variabel otonom kualitas layanan dan biaya pendidikan, sedangkan 26,3% sisanya masuk akal. oleh variabel di luar variabel yang digunakan. Pada model regresi 2 diperoleh *Adjusted R Square* senilai 0,777 yang berarti 77,7% variabel dependen khususnya

minat referensial dapat dipahami oleh variabel kualitas pelayanan, biaya pendidikan dan kepuasan mahasiswa, sedangkan sisanya 22,3 % dipahami oleh variabel di luar variabel yang digunakan.

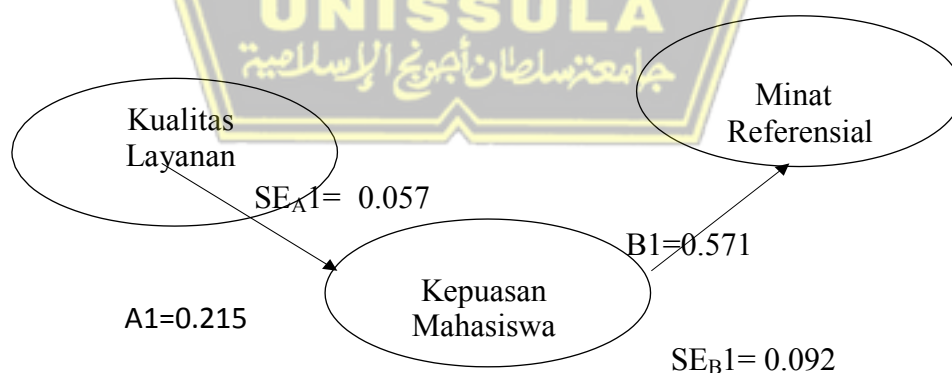
4.6. Uji Sobel Test

Penelitian ini menggunakan uji Sobel untuk mengetahui apakah kepuasan mahasiswa dapat berfungsi sebagai mediator antara kualitas layanan dan biaya pendidikan dalam kaitannya dengan minat rujukan. Perhitungan uji sobel Uji sobel test *calculation for the sobel test*. Apabila nilai signifikansinya pada two tailed probability $< 0,05$ maka mampu menjadi variabel intervening. Penjelasan hasil analisis jalur disajikan di bawah ini:

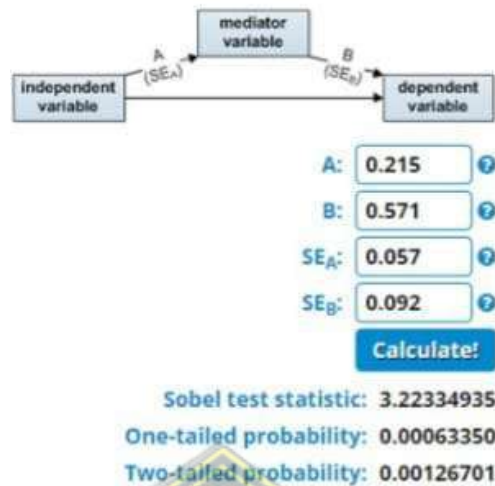
a) Kualitas layanan terhadap Kepuasan mahasiswa melalui Minat referensial

Gambar 4.1 Hasil Perhitungan Hubungan Kualitas layanan terhadap

Kepuasan mahasiswa melalui Minat referensial



Gambar 4.2 Uji Sobel Test



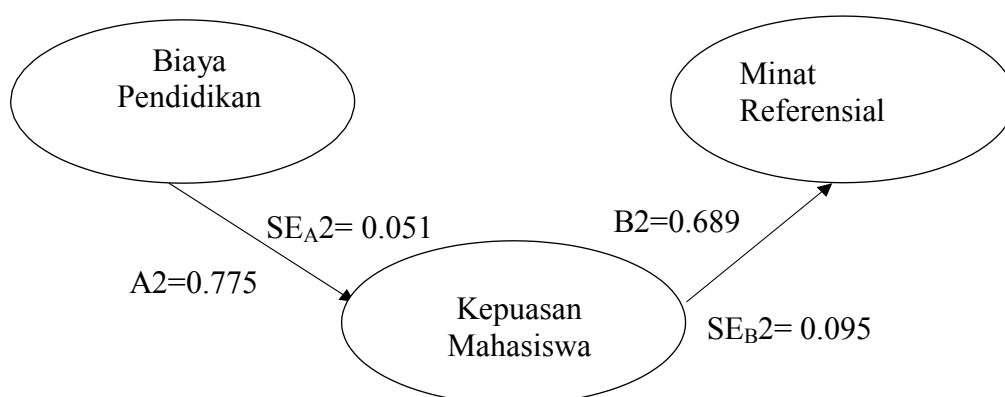
Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan uji sobel diatas memperoleh hasil t sebesar $3.223 > 1,661$. Dalam studi penelitian ini, kepuasan mahasiswa mampu menjadi variabel intervening. Oleh karena itu, kepuasan mahasiswa mampu memediasi antara kualitas layanan dan minat mereferensikan. hal ini bearti bahwa kualitas layanan yang baik, akan mampu meningkatkan minat mereferensikan kepada calon mahasiswa.

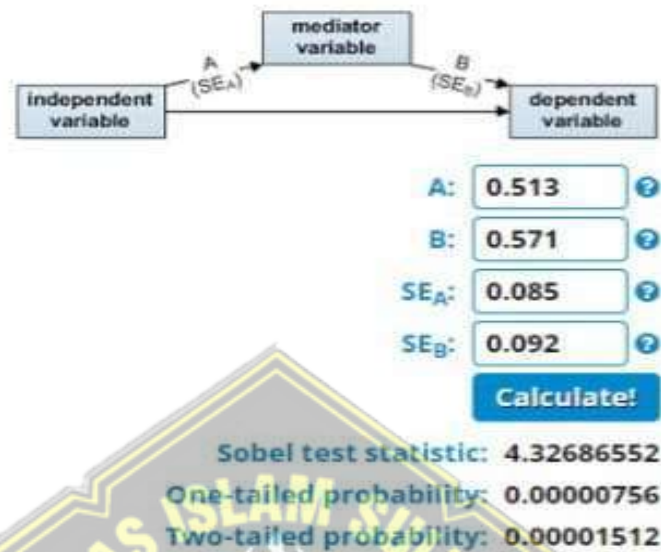
- b) Biaya pendidikan terhadap Kepuasan mahasiswa melalui Minat referensial

Gambar 4.3 Hasil Perhitungan Hubungan Biaya pendidikan terhadap

Kepuasan mahasiswa melalui Minat referensial



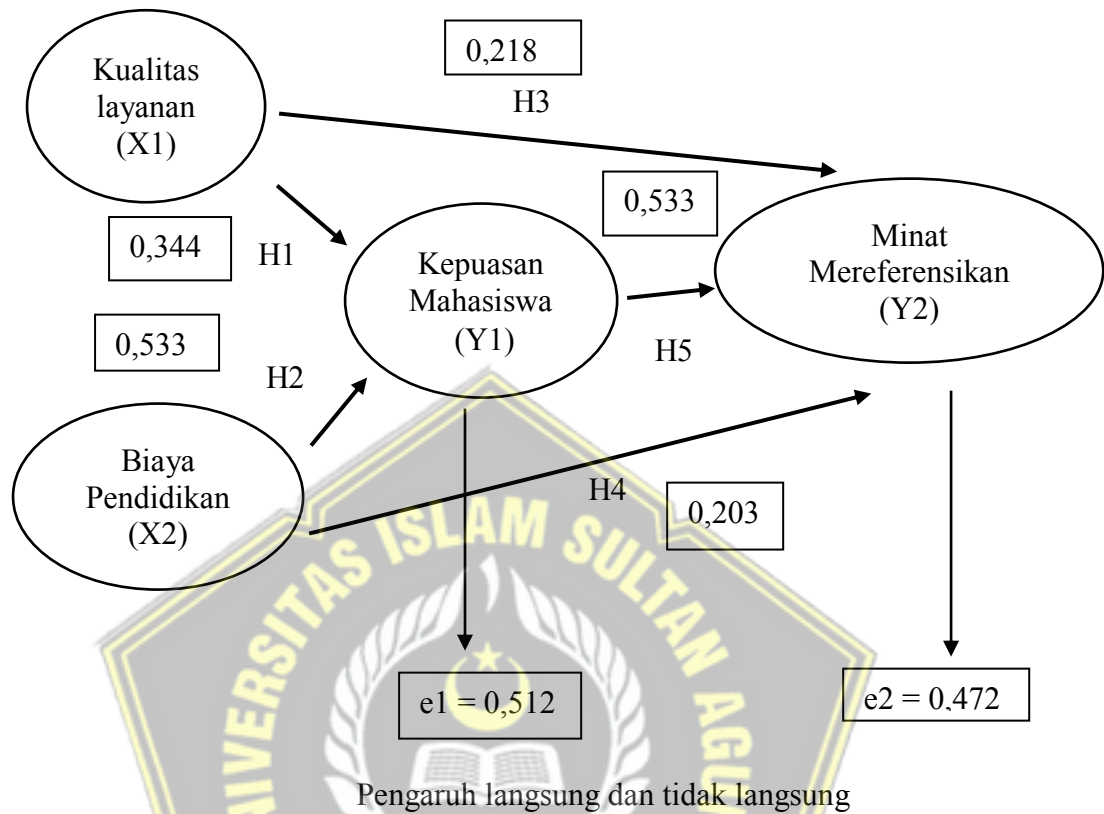
Gambar 4.4 Uji Sobel test



Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan pengujian sobel test diatas memperoleh nilai t sebesar $4.3268 > 1,661$. Dalam studi penelitian ini, kepuasan mahasiswa mampu menjadi variabel intervening. Oleh karena itu, kepuasan mahasiswa dapat memediasi biaya pendidikan terhadap minat mereferensikan. Hal ini bearti bahwa biaya pendidikan yang terjangkau didukung oleh kepuasan mahasiswa yang tinggi mampu meningkatkan peran minat mereferensikan kampus agar calon mahasiswa berminat untuk berkuliah.

4.7. Analisis Jalur



Gambar 4.5 Uji Jalur

Mencari nilai e yang didapatkan dari R square pada tabel koefisien determinasi :

1) Pada model 1 nilai R square sebesar 0,737 sehingga $e = \sqrt{(1 - 0,737)} = 0,512$.

2) Pada model 2 nilai R square sebesar 0,777 sehingga $e = \sqrt{(1 - 0,777)} = 0,472$.

➤ Pengaruh kualitas layanan melalui kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan.

Diketahui pengaruh langsung yang antara kualitas layanan terhadap minat mereferensikan sebesar 0,218. Sedangkan perkalian nilai beta kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa dengan beta kepuasan mahasiswa terhadap minat merujuk atau $0,344 \times 0,533 = 0,1834$ merupakan pengaruh tidak langsung antara kualitas layanan melalui kepuasan mahasiswa terhadap minat merujuk. Nilai totalnya adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung yaitu $0,218 + 0,183 = 0,401$.

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui bahwa nilai total dari pengaruh langsung, dan tidak langsung sebesar 0,401. Nilai pengaruh langsung sebesar 0,218 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,183 sehingga dapat disimpulkan apabila pengaruh langsung tidak langsung kecil dari pengaruh langsung maka **hipotesis ditolak**.

- Pengaruh biaya pendidikan melalui kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan.

Diketahui pengaruh langsung antara biaya pendidikan terhadap minat mereferensikan sebesar 0,203 sedangkan pengaruh tidak langsung antara biaya pendidikan melalui kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan adalah perkalian antara nilai beta biaya pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa dengan beta kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan yaitu $0,533 \times 0,533 = 0,284$. Nilai totalnya adalah pengaruh langsung ditambah pengaruh tidak langsung $0,203 + 0,284 = 0,487$.

Jumlah pengaruh langsung dan tidak langsung adalah 0,487, sebagaimana ditentukan oleh perhitungan di atas. Nilai pengaruh tidak langsung sebesar 0,284 dan pengaruh langsung sebesar 0,203. Berdasarkan kesimpulan tersebut, pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung maka **hipotesis diterima**.

4.8.Pembahasan

4.8.1.Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil tersebut menunjukkan adanya dampak antara kualitas pelayanan yang meningkat: bukti fisik, keandalan, daya tangap, jaminan, dan empathy akan meningkatkan kesesuaian harapan mahasiswa, merasa lebih baik dari tempat lain dan berkurangnya keluhan atau tidak adanya keluhan.

Apabila kualitas layanan dari dosen meningkat mahasiswa akan merasa puas karena sesuai dengan ekspektasinya. Mahasiswa yang merasa puas secara tidak langsung memberikan impact yang begitu besar bagi kampus seperti semakin meningkatnya jumlah peminat untuk calon mahasiswa.

Penelitian sebelumnya oleh Suharyanto (2018), menemukan bahwa kualitas layanan memiliki dampak yang baik dan besar terhadap kepuasan siswa, mendukung kesimpulan ini. Oleh karena itu pentingnya meningkatkan kualitas layanan melalui bukti fisik, empati, keandalan, daya tangap, dan responsif sehingga mencapai kepuasan mahasiswa.

4.8.2. Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil pengujian menunjukkan bahwa biaya pendidikan secara signifikan meningkatkan kebahagiaan siswa. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara harga pendidikan dengan kepuasan siswa. Artinya, tingkat pendidikan yang lebih tinggi, biaya kuliah yang lebih terjangkau, biaya kuliah yang spesifik, dan kemudahan pembayaran akan membantu siswa merasa bahwa pengalaman mereka lebih unggul dibandingkan pengalaman di tempat lain. dan lebih sedikit keluhan atau tidak sama sekali.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ariska (2019) menunjukkan bahwa seluruh biaya pendidikan dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa.

4.8.3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Mereferensikan

Berdasarkan hasil pengujian, minat referensial berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan akan mempengaruhi minat merujuk; Oleh karena itu, untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam merekomendasikan lembaga pendidikannya kepada masyarakat atau orang lain di sekitarnya, FE UNISSULA harus meningkatkan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Pentingnya peningkatan kualitas pelayanan akan berdampak pada jangka Panjang minat merekomendasikan. Kualitas layanan yang berdampak positif tentu akan menarik calon mahasiswa FE UNISSULA.

Temuan penelitian ini menguatkan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rosita (2014), yang menemukan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan.

4.8.4. Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Minat Mereferensikan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa minat referensial dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga pendidikan. Temuan ini menunjukkan hubungan antara biaya pendidikan dan kepuasan siswa; Artinya, semakin terjangkau biaya pendidikan, semakin spesifik (item biaya) yang disertakan dalam biaya pendidikan, dan semakin mudah metode pembayarannya, semakin sadar dan bersemangat siswa untuk merekomendasikan institusi pendidikannya kepada orang lain.

Biaya kuliah memegang peranan penting dalam minat mereferensikan karena biaya yang terjangkau mampu membuat mahasiswa mengajak orang terdekatnya untuk kuliah FE UNISSULA. Biaya pendidikan akan memberikan pengaruh terhadap minat mereferensikan karena merupakan faktor penting dalam keberlangsungan selama proses kuliah.

Penelitian terdahulu yang memberi dukungan penelitian ini adalah Widiyastuti & Istiwomawati (2021) menyatakan bahwa berpengaruh biaya pendidikan secara positif, dan signifikan terhadap *word of mouth*. Artinya biaya pendidikan dapat mempengaruhi minat mereferensikan.

4.8.5. Pengaruh Kepuasan Mahasiswa terhadap Minat Mereferensikan

Hasil analisis menunjuk kan bahwa ada hubungna positif dan signifikan antara kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan. Dengan demikian maka kesesuaian harapan, perbandingan produk sejenis, dan tidak ada keluhan maka mahasiswa akan membicarakan pengalaman positifnya selama berkuliah, sehingga mahasiswa akan merekomendasikan terhadap orang-orang yang berada disekitarnya, sehingga secara tidak langsung mahasiswa membujuk untuk berminat berkuliah di FE UNISSULA.

Kepuasan mahasiswa adalah terpenuhinya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dengan apa yang dirasakan. Universitas memberikan kualitas pembelajaran sesuai dengan program yang ditawarkan dengan program pengajaran yang mudah dimengerti mahasiswa, selain itu peningkatan staf dalam pelayan juga perlu ditingkatkan karena apabila terjadi perubahan informasi segera diinformasikan kepada mahasiswa.

Meskipun FE UNISSULA dianggap sebagai kampus terbaik, apabila mahasiswa berkeluh kesah mengenai kualitas layanan ataupun biaya diharapkan fakultas ekonomi unissula mampu memberikan solusi, misalnya

proses pembayaran yang lambat akibat terkendala jaringan ataupun faktor lainnya maka diberikan perpanjangan waktu. Meskipun solusi permasalahan hanya bersifat meringankan namun hal tersebut sudah berarti, sehingga muncul minat mereferensikan berpengaruh positif bagi universitas.

Hasil studi ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Wibowo *et.,al* 2024 yang menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *WOM*. Artinya kepuasan dapat meningkatkan .

4.8.6.Peran Mediasi Kepuasan Mahasiswa antara Kualitas Layanan, dan Biaya Pendidikan

Berdasarkan uji sobel yang telah dilakukan kepuasan mahasiswa mampu memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap minat mereferensikan, dan biaya pendidikan mampu memediasi terhadap minat mereferensikan. kepuasan mahasiswa dapat dirasakan apabila mendapatkan kualitas layanan yang baik. Hal ini dapat dirasakan mahasiswa apabila universitas mampu memberikan pelayanan dengan kualitas terbaiknya sehingga mahasiswa dapat merasakan kepuasan mahasiswa dengan memenuhi harapannya sehingga mampu meningkatkan minat mereferensikan.

Kepuasan mahasiswa dapat dirasakan apabila biaya pendidikan terjangkau, rincian jelas, dan proses pembayaran yang mudah. Oleh karena itu, mahasiswa melakukan minat refrensial karena telah merasa puas dengan biaya yang dikeluarkan sesuai dengan ekspektasinya.

4.8.7. Hasil pengujian pengaruh langsung dan tidak langsung.

Pengaruh kualitas layanan dengan kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan. Apabila universitas ingin mahasiswa melakukan minat mereferensikan perlu meningkatkan kualitas layanan, dan kepuasan mahasiswa. Kualitas layanan yang perlu ditingkatkan seperti pelayanan pada administrasi ataupun pembelajaran selama masa studi sehingga meningkatkan pengalaman yang positif sehingga mahasiswa dapat merekomendasikan universitas. Universitas perlu memperhatikan kepuasan mahasiswa seperti mahasiswa yang tidak mengeluh tentang fasilitas kampus secara fisik ataupun non fisik, sehingga mahasiswa tidak mengeluh sehingga tidak membandingkan dengan kampus lain. Mahasiswa yang bangga dengan kampusnya secara tidak langsung ikut melakukan minat refrensi kepada orang terdekatnya berdasarkan pengalaman positifnya. Selain universitas mendapatkan calon mahasiswa, universitas juga lebih dikenal oleh masyarakat.

Pengaruh biaya pendidikan dengan kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan. Biaya pendidikan dapat mempengaruhi minat mereferensikan dengan memperhatikan harga yang terjangkau, mudahnya akses seperti pembayaran yang dapat dijangkau oleh m-banking yang dapat terhubung dengan segala pihak bank, dari awal mahasiswa diberi taukan rincian pembayaran apa saja yang harus dibayarkan selama masa studi. Pada kepuasan mahasiswa diharapkan universitas lebih memperhatikan sehingga mahasiswa merasa puas dengan biaya yang

dikeluarkan selama masa studi. Apabila universitas mampu menetapkan harga yang bersaing, mahasiswa akan mendapatkan pengalaman yang positif yang membuat mahasiswa merasa puas, dan secara sukarela mereferensikan universitas.



BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana minat rujukan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, biaya pendidikan, dan kepuasan mahasiswa sebagai variabel intervening. Berikut kesimpulan penelitian tersebut.

1. Kepuasan mahasiswa sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Hal ini menunjukkan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa: ekspektasi yang lebih tinggi, rasa superioritas dibandingkan universitas lain, dan lebih sedikit atau tidak ada keluhan semuanya dikaitkan dengan bukti fisik, daya tanggap, kepastian, dan empati yang lebih kuat.
2. Biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal tersebut menunjukan bahwa terdapat pengaruh antara biaya pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa yang bearti bahwa biaya terjangkau, detail biaya kuliah yang mudah, dan mudahnya proses pembayaran akan meningkatkan kesesuaian harapan mahasiswa, merasa lebih baik dari tempat lainnya, dan berkurangnya keluhan atau tidak adanya keluhan.
3. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat mereferensikan. Hal ini bearti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati akan meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk merekomendasi, dan membujuk untuk bersekolah ditempat yang sama.

4. Biaya pendidikan berpengaruh signifikan terhadap minat mereferensikan. Apabila ingin meningkatkan minat mereferensial melalui biaya pendidikan, hal yang harus dipertimbangkan adalah biaya kuliah terjangkau, detail biaya kuliah, dan mudahnya proses pembayaran yang akan meningkatkan pengalaman pribadi yang positif, sehingga akan meningkatkan kesadaran, dan semangat mahasiswa untuk merekomendasikan tempat pendidikannya ke masyarakat.
5. Kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap minat mereferensikan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan yang berarti semakin meningkatkan kesesuaian harapan, perbandingan dengan produk sejenis, dan tidak ada keluhan terhadap dorongan untuk merekomendasi FE UNISSULA dengan pengalaman yang didapat selama menjadi mahasiswa.
6. Peran mediasi yang dilakukan kepuasan mahasiswa terhadap minat mereferensikan antara kualitas layanan, dan biaya pendidikan mampu memediasi dengan baik. Artinya untuk meningkatkan minat mereferensikan dapat melalui kepuasan mahasiswa karena lebih efektif. Apabila mahasiswa merasa puas akan memberikan *feedback* yang positif terhadap FE UNISSULA berupa merekomendasikan untuk berkuliah ditempat yang sama. Berkaitan dengan kualitas layanan dengan minat mereferensikan karena pengaruh kepuasan mahasiswa. Semakin puas mahasiswa terhadap kualitas layanan yang diberikan maka semakin tinggi pula mahasiswa melakukan minat mereferensikan. Berkaitan dengan biaya

pendidikan yang sesuai dengan rincian diawal serta proses yang mudah membuat mahasiswa merasakan kepuasan sehingga tidak ada keluhan yang dirasakan mahasiswa membuat semakin meningkatnya minat mereferensikan. Hal tersebut membuat mahasiswa memiliki pengalaman yang positif yang akan memberikan dampak positif karena kualitas layanan, dan biaya pendidikan pada akhirnya akan mendorong kepuasan mahasiswa sehingga mendapatkan *feedback* berupa minat mereferensikan yang tinggi.

7. Pada uji analisis jalur kepuasan mahasiswa tidak mampu memberikan pengaruh antara kualitas layanan terhadap minat mereferensikan. Universitas diharapkan memperhatikan betul tentang kualitas layanan baik secara fisik ataupun non fisik. Akan tetapi pada uji jalur kepuasan mahasiswa mampu memberikan pengaruh langsung dan tidak langsung antara biaya pendidikan terhadap minat mereferensikan. Biaya pendidikan yang terjangkau, detail biaya yang diberikan diawal pendaftaran, dan kemudahan akses dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa sehingga mahasiswa merasa tidak keberatan karena sudah diberitaukan biaya pendidikan diawal, dan sudah tidak membandingkan biaya dengan kampus lain. Sehingga mahasiswa dapat merekomendasikan FE UNISSULA kepada orang terdekat sehingga munculnya keinginan untuk berkuliah di FE UNISSULA.

5.2. Saran

Kesimpulan diatas menjelaskan tentang saran-saran untuk meningkatkan minat mereferensikan. Berikut ini merupakan saran-sarannya :

1. Berkaitan dengan Kualitas layanan dengan rata-rata nilai terendah indikator "*Reliability*" pertanyaan "apakah sim sering mengalami kendala". SIM error sering terjadi saat pengambilan KRS karena dalam waktu yang bersamaan mahasiswa mengambil KRS sebaiknya, ataupun saat pengumpulan tugas sebaiknya pihak kampus menambah daya tampung domain yang disesuaikan jumlah mahasiswa sehingga meminimalisir terjadinya error.
2. Berkaitan dengan Kualitas layanan dengan rata-rata nilai terendah indikator "*Assurance*" pertanyaan "FE UNISSULA memiliki petugas keamanan cekatan". Petugas keamanan harus bertanggung jawab terhadap pihak fakultas atas keamanan lingkungan fakultas. Pihak fakultas juga harus memberikan program pendidikan dan pelatihan yang digunakan untuk bekal keterampilan, dan pengetahuan dalam menjalankan tugasnya. Petugas keamanan juga harus mampu berkomunikasi dengan baik serta ramah kepada semua pihak. Meskipun peran satpam tidak harus berbentuk fisik tetapi keamanan secara tidak langsung seperti mengingatkan untuk tidak meninggalkan barang di tempat sembarangan.

3. Berkaitan dengan variabel biaya pendidikan dengan nilai rata-rata terendah yaitu indikator “ keterjangkauan biaya pertayaan “saya merasa biaya kuliah di FE UNISSULA sebanding dengan kualitas pendidikan yang diberikan. Mahasiswa belum merasakan kualitas pendidikan oleh karena dosen perlu meningkatkan keahlian dalam mengajar sehingga dalam menyampaikan sesuai dengan pengetahuan, dan keterampilan sesuai dengan perkembangan, dan kemajuan ilmu. Mengadakan kunjungan ke universitas lain tujuannya untuk bertukar informasi, wawasan, serta pengetahuan, sehingga apabila ada kekurangan akan segera diatasi. Meningkatkan metode belajar yang tidak hanya dilingkungan kampus seperti program magang, dan pertukaran pelajar. Memberikan pelatihan yang berkaitan dengan dunia digital untuk menunjang keterampilan didunia kerja.
4. Berkaitan dengan variabel kepuasan mahasiswa dengan indikator “ Tidak ada keluhan” pertanyaan “ saya tidak pernah mengeluh terkait dengan pelayanan, dan fasilitas FE UNISSULA” Pegawai civitas akademika UNISSULA perlu diingat persaingan sektor pendidikan ini terus meningkat sehingga pelayanan yang diberikan harus. Hal ini membuat universitas harus tanggap apabila adanya keluhan mahasiswa. Fasilitas kampus seperti ruang kelas yang nyaman dalam artian bersih rapi saat digunakan, yang dilengkapi dengan papan tulis, proyektor, bangku dan AC yang dingin.

5. Berkaitan dengan variabel minat mereferensikan dengan indikator “membicara pengalaman” pertanyaan “ Saya sering membahas kegiatan yang ada di universitas dengan teman-teman” . diharapkan kegiatan FE UNISSULA dapat meningkatkan pengalaman positif, seperti sering membahas seminar mengenai ekonomi, ataupun halnya yang berkaitan dengan peningkatan skill.

5.3. Keterbatasan Penelitian

- 1) Penelitian ini membahas tentang fenomena kurangnya minat mereferensikan pada instagram @fe_unissula pada postingan instagram mahasiswa kurang melakukan *share* postingan akan tetapi pada penelitian terbukti secara signifikan.
- 2) Penelitian ini cenderung membahas mengenai faktor-faktor keunggulan kualitas fisik dibandingkan dengan keunggulan dosen, status akreditasi padahal hal ini penting dibahas untuk meningkatkan branding kampus.

5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel atau indikator lainnya yang belum disertakan dalam model penelitian ini terhadap kepuasan konsumen serta dampaknya terhadap minat mereferensikan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sari & Soliha (2021) menggunakan variabel lain yaitu persepsi nilai kepuasan, persepsi harga ataupun keinginan untuk menggunakan jasa itu kembali (*repurchase intention*). (Harini, 2012)

untuk mengetahui dampak variabel minat mereferensikan dapat menambahkan variabel kepercayaan (*trust*).



DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, H. Patria, D. Suarly, I. Djati, S. P. & Sutawidjaya, A. H. (2019) 'The Influence of University Quality, Price and Service Quality on Customer Satisfaction and its Impact on the Word of Mouth at the Faculty of Economics at Private Universities in Tangerang', *Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 6(12), pp. 554–561. doi:10.36347/sjebm.2019.v06i12.002.
- Amri, U. and Yahya (2021) 'Pengaruh Biaya Pendidikan terhadap Keputusan Memilih Lembaga Pendidikan', *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(5), pp. 2355–22610. Available at: <https://edukatif.org/index.php/edukatif/article/view/786>.
- Anigomang, F.R., Tang, S.A. and Maruli, E. (2023) 'Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), pp. 698–709. Available at: [http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1244/%0Ahttp://repository.itbwigalumajang.ac.id/1244/3/Bab 2_watermark.pdf](http://repository.itbwigalumajang.ac.id/1244/%0Ahttp://repository.itbwigalumajang.ac.id/1244/3/Bab%202_watermark.pdf).
- Ardianto, H. Malik, N. and Handayanto, E. (2012) 'Anteseden Valensi Word of Mouth pada Mahasiswa', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2(2), pp. 195–205.
- Arianto, N. (2018) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor', *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), pp. 83–101.
- Ariska, N. (2019) 'Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Politeknik LP3I Jakarta', *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(1), pp. 18–29. doi:10.34127/jrlab.v8i1.265.
- Aswad, S., Realize and Wangdra, R. (2018) 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center', *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 6(2), pp. 77–85. doi:10.33884/jimupb.v6i2.681.
- Belladona, V.P.C.P.D.K.P.D.R.J. dan R.A.R.K.S., Istichomah, I. and Monika, R. (2023) 'Hubungan Perilaku Caring Perawat Dengan Kepuasan Pasien Di Ruang Jasmin dan Ruang Angkrek RSUD Kabupaten Sumedang', *JIKSA - Jurnal Ilmu Keperawatan Sebelas April*, 5(2), pp. 76–81. doi:10.55426/jksi.v11i1.15.

- Benjamin, S.D., Longkotoy, M. and Renouw, A.A. (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Mariat Hotel di Kota Sorong', *Journal on Education*, 5(3), pp. 10466–10478. doi:10.31004/joe.v5i3.1950.
- Budiawan, F.A. and Mustikasari, A. (2023) 'Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maresto Bandung Tahun 2023', *e-Proceeding of Applied Science*, 9(6), pp. 2894–2900. Available at: <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/199974/pengaruh-e-service-quality-terhadap-kepuasan-pelanggan-pengguna-aplikasi-maresto-bandung-tahun-2023.html>.
- Dewi, P.Y.A. and Indrayani, L. (2021) 'Persepsi Orang Tua Siswa Terhadap Biaya Pendidikan', *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(1), p. 69. doi:10.23887/ekuitas.v9i1.27034.
- Djarmiko, B.R., Samuel, H. and Subagyo, H. (2015) 'Dampak Teknologi Informasi, Harga, Trust dan Layanan Akademik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen', *Petra Business & Management*, 1(1), pp. 30–50.
- Ernawati and Sriwidodo, U. (2015) 'Model Anteseden Pembentuk Word Of Mouth Positif Jasa Pendidikan Di UNISRI Surakarta', *Eksplorasi*, 18(1), pp. 164–180.
- Fakhrudin, A., Yudianto, K. and Melly A.D, Y.S. (2021) 'Word of mouth marketing berpengaruh terhadap keputusan kuliah', *Forum Ekonomi*, 23(4), pp. 648–657. doi:10.30872/jfor.v23i4.10111.
- Febriani *et al.* (2022) 'Kualitas Pelayanan Pada Organisasi Pelayanan Publik', *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 7(1), p. 128. doi:10.15548/jebi.v7i1.642.
- Fitriani, N. (2018) 'Peran Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Pembentukan Word of Mouth Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Di Jakarta', *Jurnal Manajemen Indonesia*, 18(1), pp. 40–51. Available at: <https://journals.telkomuniversity.ac.id/ijm/article/view/1258/804>.
- Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis MULTIVARIATE Progam SPSS IBM SPSS 25 Edisi 9*. Edisi ke-9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Harini (2012) 'Studi Mengenai Daya Tarik Institusi untuk Meningkatkan Minat Mereferensikan (Pada Akademi Teknik Perkapalan (ATP) Veteran Semarang', pp. 1–23.
- Harwani, Y. Suharjo, B. Nurmalina R. & Suprayitno, G. (2018) 'Minat Pemilihan Perguruan Tinggi Dan Peran Kelompok Referensi Serta Komunikasi Pemasaran Terintegrasi', *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), pp. 186–207. doi:10.22441/mix.2018.v8i2.001.
- Hidayat, T. and Faramitha, N.R. (2022) 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung Di Neo Komunika)', *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), pp. 1–7. Available at: <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/download/507/337>.
- Hidayati, M. (2018) 'Kepuasan Mahasiswa Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Komunikasi Word Of Mouth (WOM)', *Serat Acitya*, 7(2), pp. 25–35. Available at: <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/806>.
- Joesyiana, K. (2018) 'Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)', *Jurnal Valuta*, Vol. 4(1), pp. 71–85.
- Kinung and Rudini, A. (2020) 'Pengaruh Mutu Layanan Akademik Dan Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Stie Sampit', *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan)*, 5(2), pp. 81–92.
- Kusjono, G. and Sudjiani, E. (2019) 'Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan Terhadap Kepuasan Peserta Didik Di Sma Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai', *Jurnal Ilmiah FEASIBLE Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 1(1), pp. 97–108.
- Lussianda, E.O. (2019) 'Pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap kinerja dosen sekolah tinggi ilmu ekonomi persada bunda pekanbaru', *Forum Ekonomi*, 21(2), pp. 126–131. Available at: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUM EKONOMI%0D>.
- Mahsup, M. *et al.* (2020) 'Peningkatan Hasil Belajar Mahasiswa Melalui Model Pembelajaran Tutor Sebaya', *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian dan Kajian Kepustakaan di Bidang Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, 6(3), pp. 609–616. doi:10.33394/jk.v6i3.2673.

- Martiana, R. and Apriani, S. (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Deumdee Rangkap Bitung', *The Asia Pacific Journal of Management*, 6(2), pp. 391–397.
- Nurrohmah, U. Prasiwi, S.E. Divta, Q. R. Kova, T.B. & Setyawan, R. (2023) 'Analisis kualitas Layanan Jasa Pendidikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada Salah Satu Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta)', *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), pp. 114–129.
- Perkasa, D.H. and Putra, W.B.T.S.P. (2020) 'Prosiding seminar nasional pendidikan program pascasarjana universitas pgri palembang 10 januari 2020', *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas Pgri Palembang*, 2, p. 599.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. Pearson Education, Inc.
- Putra, I.K.M. and Yasa, N.K. (2015) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa, Citra, Dan Positive Word of Mouth Politeknik Negeri Bali', *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(1), pp. 90–102.
- Putri, A. (2021) 'Analisis Perbandingan Biaya Kuliah Program Studi S1 Akuntansi Antar Perguruan Tinggi Swasta Di Bekasi', *Paradigma*, 18(1), pp. 46–52. doi:10.33558/paradigma.v18i1.2672.
- Putri, U.H. (2019) 'Efektivitas dan Efisiensi Pembiayaan Pendidikan'.
- Rahareng, V.J. and Relawan, I.N. (2017) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa', *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), pp. 46–54.
- Rasyid, M.N. Nuhung, M. Abdullah, and Hamzah A.I.P. (2020) 'Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Peningkatan Pengunjung Pada Hotel Harper Perintis Makassar', *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability*, 4(2), pp. 80–101. doi:10.26618/profitability.v4i2.3778.
- Ratnasari, I. (2016) 'Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Yang Berdampak Pada Word Of Mouth (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)', *Value Journal of Management and Business*, 1(1), pp. 51–63.
- Resmi, P.C. (2021) 'Keputusan Konsumen Dalam Memilih Perguruan Tinggi Pariwisata Di Provinsi Kepulauan Riau', *Hotelier Journal*, 7(2), pp. 70–83.

- Rosita, R. (2014) 'Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Mahasiswa Terhadap Minat Untuk Mereferensikan Politeknik Lp3I Jakarta - Kampus Bekasi', *E-Journal WIDYA Ekonomika*, 1(1), pp. 18–24.
- Safitri, M., Utami, T. and Sukmaningtyas, W. (2009) 'Pengaruh minuman kunyit asam terhadap penurunan skala nyeri haid primer pada mahasiswi diiii kebidanan', pp. 3–8.
- Shell, A. (2019) *Urgensi Dan Ruang Lingkup Perkembangan Peserta Didik*.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Suharyanto (2018) 'Dampak Kualitas Pelayanan Dan Biaya Kuliah Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas X Bandung', *Ensains Journal*, 1(1), pp. 44–55. doi:10.31848/ensains.v1i1.33.
- Sukma, H. and Utomo, H. (2020) 'Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Pelapor Pada Polsek Tenggara Polres Semarang', *Among Makarti*, 13(25), pp. 78–92. doi:10.52353/ama.v13i1.192.
- Surya Wijaya, N., Said, S. and Landra, N. (2016) 'Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Dan Harga (Biaya Pendidikan) Terhadap Word of Mouth Melalui Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Lpk Sekolah Perhotelan Bali)', *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 6(2), pp. 101–114. doi:10.22334/jihm.v6i2.25.
- Tamam, B. (2018) 'Reorientasi Pendanaan Pendidikan dalam Membangun Mutu Sekolah', *Kajian Islam dan Masyarakat*, 29(2), pp. 35–48. Available at: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/MaA16/index>.
- Triyono, T., Dasmadi, D. and TNK, A.F.A. et. a. (2021) 'Pengaruh Promosi, Harga, Fasilitas, Akreditasi, Dan Lokasi Universitas Boyolali Terhadap Minat Calon Mahasiswa Baru', *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 9(2), pp. 220–229. Available at: <https://www.ejournal.uby.ac.id/index.php/ekobis/article/view/460>.
- Udjang, R. and Subarjo, S. (2019) 'Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Pada Kualitas Layanan Universitas Mercu Buana Yogyakarta', *Jurnal Perilaku dan Strategi Bisnis*, 7(1), pp. 64–75. doi:10.26486/jpsb.v7i1.675.
- Wahyudi and Nora, L. (2017) 'Pengaruh Kualitas Sekolah Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Word of Mouth', *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), pp. 447–464.

- Wahyudi, R., Astuti, E.S. and Riyad (2015) 'Pengaruh Kualitas Sistem, Informasi dan Pelayanan Siakad terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi p ada Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(2), pp. 28–39.
- Wibowo, A. j. I. (2009) 'Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi, dan Nilai Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa', *Bina Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar*, 13(2), pp. 59–74.
- Wibowo, F.C., Fathorrahman, P. and Pradiani, T. (2024) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Word of Mouth, Melalui Kepuasan Orang Tua Sebagai Variable Intervening Pada Lembaga Kursus Gambar Funart Studio Di Kota Semarang', *Jurnal KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 15(2), pp. 330–340. Available at: <https://doi.org/10.22225/kr.15.2.2024.330-340>.
- Widiyastuti, A. and Istiwomawati, R. (2021) 'Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Biaya Pendidikan pada Word of Mouth di STEI Yogyakarta', *Aktiva Jurnal Manajmeen Dan Bisnis*, 1(2), pp. 73–81.
- Wonok, Praisyy Gabriella Loidong, S. (2018) 'Pengaruh minat transaksional, refrensial, dan prefrensial terhadap minat mereferensikan produk roxy di quicksilver mantos', *Emba*, 6(4), pp. 2108–2117.
- Yohana Walangitan, B., Dotulong, L.O. and Poluan, J.G. (2022) 'Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado)', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), pp. 511–521.
- Yuli Mita Wulansari, M.W. (2022) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Yenita Konveksi Di Kecamatan Gubug)', pp. 306–319.
- Yulianto, T. (2020) 'Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Kinerja Guru Terhadap Kepuasan Orang Tua Murid Di sekolah', *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 15(2), pp. 28–38.
- Yusuf, E.M. (2016) 'Pengaruh Harga, Pelayanan dan Kenyaman Terhadap Kepuasan Mahasiswa Stie Mahardika Surabaya'.
- Zikri, A. and Harahap, M.I. (2022) 'Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera', *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, /2(1), pp. 923–926.