

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MOTIVASI DAN LOYALITAS MAHASISWA UNIVERSITAS DARUNNAJAH

Rizka Fazrina S<sup>1</sup>

Engga Jalaludin<sup>2</sup>

Nurmajdina<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Darunnajah

Email : [Rizkafajrina@darunnajah.ac.id](mailto:Rizkafajrina@darunnajah.ac.id)<sup>1</sup>; [enggajalaludin49@gmail.com](mailto:enggajalaludin49@gmail.com)<sup>2</sup>;  
[nurmajdina@darunnajah.ac.id](mailto:nurmajdina@darunnajah.ac.id)<sup>3</sup>

Received : Aug 23<sup>th</sup> 2024

Revised : Sep 21<sup>th</sup> 2024

Accepted : Jan 31<sup>th</sup> 2024

## ABSTRACT

Improving service quality, motivation, and student loyalty is a crucial aspect in ensuring the desire of higher education institutions. This study aims to theoretically and empirically test the impact of student perceived service quality (SPSQ), student motivation, and student loyalty. The research approach used is a survey, with data collection on student perceptions of service quality, motivation, and loyalty at Darunnajah University. Data analysis was carried out using Smart-PLS 3.0, involving two stages: first, testing the outer model on six dimensions of service quality perceived by students, including validity, reliability, and discriminant validity tests. Second, testing the structural model and relationships between constructs (Path analysis). Data were obtained through questionnaires distributed to 100 students selected using purposive sampling techniques, with measurement variables using the Likert scale. The results of the study produced a six-dimensional model with 23 items for the service quality variable, and showed a direct positive effect of student perceived service quality on student motivation and loyalty at Darunnajah University.

Kata kunci : *SPSQ, Student Motivation, Loyalty.*

## PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi memiliki peran yang sangat strategis dalam mendukung pembangunan suatu negara, tidak hanya dalam konteks ekonomi tetapi juga dalam aspek sosial dan budaya. Sebagai institusi yang melahirkan sumber daya manusia berkualitas, pendidikan tinggi berkontribusi pada peningkatan kemampuan masyarakat untuk beradaptasi dengan perubahan global, menciptakan inovasi, serta meningkatkan daya saing nasional. Selain itu, pendidikan tinggi juga menjadi sarana untuk mendorong kewarganegaraan aktif, di mana lulusan tidak hanya dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga dengan kesadaran akan tanggung jawab sosial dan nilai-nilai etika yang kuat (Annamdevula, 2014).

Berbagai penelitian telah menyoroti signifikansi kualitas layanan serta cara pengukurannya dalam konteks pendidikan tinggi (Borishade dkk, 2021; Abdelnaeim dkk, 2023; Achmad & Fernandes, 2017; Gronroos & Seebaluck, 2019; Oliso dkk, 2024). Namun demikian, Sultan & Wong, (2012) menyatakan bahwa hingga saat ini belum tercapai kesepakatan yang jelas mengenai dimensi-dimensi serta faktor-faktor yang memengaruhi persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan tersebut.

Masalah kualitas layanan di sektor pendidikan tinggi, merupakan kajian yang masih baru dibandingkan dengan sektor komersial atau bisnis (Chandra dkk, 2018; Sultan & Wong, 2012). Sebagian besar peneliti berpendapat bahwa kualitas layanan

pendidikan tinggi tidak dipelajari dengan baik dari sudut pandang mahasiswa (Donlagic, 2017). Merupakan fakta bahwa lembaga memiliki budaya organisasi mereka sendiri untuk memastikan kualitas layanan dengan menggunakan berbagai tolok ukur kualitas.

Universitas Darunnajah merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Jakarta Selatan memiliki visi sebagai pusat pengembangan Keilmuan, Manajemen, Teknologi dan Kewirausahaan berbasis Pesantren Wakaf.(Darajat, 2024) Sebagai perguruan tinggi yang relatif baru, Universitas Darunnajah terus melakukan peningkatan kualitas baik dari SDM,

fasilitas gedung, berbagai kerjasama dengan perguruan tinggi lain baik dalam maupun luar negeri terus ditingkatkan. Hal ini tentu salah satu tujuannya untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat meningkatkan motivasi mahasiswa dan diharapkan dapat berdampak pada peningkatan jumlah mahasiswa.

Berdasarkan data jumlah mahasiswa Universitas Darunnajah sampai tahun akademik 2024/2025 menunjukkan bahwa masih terbatasnya jumlah mahasiswa yang terdaftar pada tiap prodinya hal tersebut dapat terlihat pada tabel. 1.1

Tabel. 1.1  
Data Mahasiswa Universitas Darunnajah Tahun Akademik 2024/2025

Kampus	Program Studi	Jumlah
Kampus 1 Jakarta	HKI	204
	MPI	508
	PIAUDI	84
	ADBIS	141
	BISDIG	29
	KWH	76
	AKTUARIA	24
	STI	69
	RPL	17
Kampus 2 Bogor	MPI	145
	PGMI	119
<b>Total jumlah mahasiswa</b>		<b>1416</b>

Sumber: Puslahta UDN, 2024

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa Universitas Darunnajah sampai dengan tahun 2024 semester ganjil sebanyak 1.416 mahasiswa. Namun Jumlah mahasiswa pada program studi yang baru dibuka seperti program studi kewirausahaan, bisnis digital, aktuarial, teknologi informasi dan rekayasa perangkat lunak masih sangat minim ada beberapa program studi yang jumlah mahsiswanya kurang dari 20 mahasiswa. Hal ini menjadi perhatian bagi pimpinan yayasan sebagai penyelenggara pendidikan tinggi dan

rektorat sebagai pengelola Universitas Darunnajah. Upaya terus dilakukan baik dari aspek sumber daya manusia seperti: standar minimum jumlah dosen, penyusunan kurikulum yang berbasis OBE, pemenuhan fasilitas fisik (sarana dan prasarana). kerjasama dengan berbagai pihak, pengembangan kualitas dosen. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan motivasi yang selanjutnya diharapkan dapat berdampak pada loyalitas mahasiswa sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan jumlah mahasiswa.

Upaya yang sedang dilakukan oleh Universitas Darunnajah sejalan dengan rekomendasi hasil penelitian para ahli yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa dapat berdampak pada motivasi dan loyalitas mahasiswa. Penelitian yang dilakukan oleh Borishade et al., (2021) menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara kualitas layanan dan loyalitas mahasiswa. Namun, hubungan ini dimediasi oleh kepuasan mahasiswa. Mengacu pada temuan studi tersebut, disarankan antara lain, bahwa pemberian layanan bermutu hendaknya diarahkan pada kepuasan mahasiswa karena hal ini akan membantu membangun loyalitas mahasiswa terhadap institusi.

Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh Hamid, (2021) Hasil analisisnya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak terhadap kepuasan mahasiswa, loyalitas mahasiswa, dan motivasi mahasiswa. Kepuasan mahasiswa berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa dan motivasi mahasiswa. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa dan motivasi mahasiswa yang dimediasi oleh kepuasan mahasiswa.

Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Chandra et al., (2018) studi yang dilakukan pada 1.000 mahasiswa dari 13 perguruan tinggi di Riau, hasilnya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dan kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa, namun kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas mahasiswa. Kualitas pelayanan hanya berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas mahasiswa.

Berdasarkan uraian sebelumnya yang mengemukakan bahwa masih sedikitnya penelitian yang mengkaji kualitas pelayanan pada sektor pendidikan dibanding dengan sektor komersil serta masih adanya masalah

yang ditemukan pada subjek penelitian seperti: 1). Masih minimnya jumlah mahasiswa Universitas Darunnajah 2). Persaingan yang cukup ketat di perguruan tinggi. 3). belum optimalnya pemenuhan sumber daya baik sdm maupun fisik. Maka penelitian ini ingin berkontribusi baik secara teoritis maupun praktis pada kajian kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa, motivasi dan loyalitas mahasiswa.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Definisi kualitas pelayanan di Perguruan Tinggi

“kualitas layanan” didefinisikan dan dipahami dengan berbagai cara. Baik di sektor bisnis maupun pendidikan, sebagian besar definisi kualitas layanan berpusat pada pelanggan atau siswa. Di mata pelanggan, kualitas layanan seperti kecantikan. Ini berarti kualitas layanan memiliki arti yang berbeda bagi orang yang berbeda dan bergantung pada orang tersebut (Farahmandian dkk, 2013). Menurut (Adrienne, 2001), kualitas layanan mengacu pada “menyediakan sesuatu yang tidak berwujud dengan cara yang menyenangkan konsumen dan yang lebih disukai memberikan nilai bagi pelanggan itu” (hlm. 391).

Di sisi lain, (Zeithaml & Gremler, 2010) menjelaskan kualitas layanan sebagai evaluasi terfokus yang mencerminkan persepsi pelanggan terhadap dimensi tertentu dari layanan yang diberikan. Oakland (1993) lebih jauh menekankan kualitas pelayanan sebagai sejauh mana suatu layanan dapat memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan.

Demikian pula, (Taylor dkk, 2013) mendefinisikan kualitas layanan sebagai pemikiran pelanggan atau siswa tentang layanan yang mereka terima lebih baik dari yang diharapkan. Peneliti kualitas layanan terkenal seperti Parasuraman dkk, (1988) memberikan definisi yang komprehensif. Mereka mendefinisikan kualitas layanan sebagai sejauh mana tingkat pemberian layanan

sesuai atau memenuhi harapan pelanggan (tingkat layanan yang diharapkan diterima pelanggan).

Pengukuran HESQ merupakan salah satu elemen terpenting dalam menjamin mutu pendidikan tinggi. Meskipun demikian, pengukuran HESQ masih kurang berkembang karena pengukurannya hampir diadopsi dari model yang dirancang untuk sektor bisnis (Marimuthu & Ismail, 2014). Beberapa penelitian terdahulu telah menggunakan model kualitas layanan generik, terutama model Kualitas Layanan (SERVQUAL) dan Kinerja Layanan (SERPERF) untuk menguji HESQ (Oliso dkk, 2024; Hamid, 2021; Borishade dkk, 2021). Di antara model kualitas layanan generik, SERVQUAL adalah ukuran kualitas layanan yang paling populer. Model SERVQUAL yang dimodifikasi menggambarkan perbedaan antara harapan pelanggan tentang layanan yang diberikan dan persepsi mereka setelah mengambil layanan. Model SERVQUAL yang dimodifikasi terdiri dari lima dimensi, yaitu, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, dan mencakup total hanya 22 item (Parasuraman, 1988).

## 2.2. Loyalitas Mahasiswa

Loyalitas merupakan salah satu elemen utama bagi keberhasilan suatu perusahaan (Setó-pamies, 2012). Pelanggan yang loyal bersedia membayar lebih dan melakukan pembelian ulang, terlibat dalam promosi dari mulut ke mulut yang positif dan dengan demikian mendatangkan banyak manfaat bagi perusahaan. Manfaat tersebut meliputi pangsa pasar yang lebih besar, biaya operasional yang lebih rendah, dan peningkatan laba (Han & Woods, n.d.).

(Trivsel & Trivsel, 2017) membagi loyalitas pelanggan menjadi tiga kategori berbeda yaitu loyalitas perilaku, loyalitas intensional, dan loyalitas emosional. Dalam bidang pendidikan, loyalitas mahasiswa mengacu pada kesetiaan mahasiswa terhadap lembaga pendidikan, kesediaan

memberikan informasi yang baik dari mulut ke mulut, merasa bangga menjadi bagian dari universitas, terlibat dalam memajukan universitas, merekomendasikannya kepada teman dan keluarga, memiliki keinginan untuk menyelesaikan studi (Annamdevula, 2014)

Dalam konteks pendidikan tinggi, loyalitas mahasiswa mencakup persepsi, sikap, dan motivasi untuk tetap menggunakan layanan universitas (Hennig et al., 2001). Nettet dan Helgesen (2009) menambahkan bahwa loyalitas mahasiswa mencerminkan sejauh mana mereka merasa terhubung dengan universitas melalui sikap dan perilaku mereka. Loyalitas ini juga menjadi indikator keberhasilan universitas dalam mempertahankan mahasiswa, di mana mahasiswa loyal cenderung memanfaatkan layanan tambahan di masa depan (Rojas dkk, 2009). Dengan meningkatnya persaingan di sektor pendidikan tinggi, memahami loyalitas mahasiswa menjadi penting bagi universitas untuk menarik dan mempertahankan pelajar

## 2.3. Motivasi

Salah satu konsep penting yang dianalisis dalam penelitian ini adalah motivasi mahasiswa dalam konteks layanan pendidikan tinggi. Kajian mengenai motivasi pelanggan masih relatif jarang dilakukan, karena pelanggan umumnya terdorong oleh kebutuhan yang ingin dipenuhi. Motivasi dapat didefinisikan sebagai dorongan, arah, dan ketekunan seseorang dalam mencapai tujuannya (Damaris dkk, 2019). Dalam konteks pendidikan, motivasi diartikan sebagai energi dan semangat yang mendorong siswa untuk belajar, berusaha dengan gigih, serta meraih prestasi di sekolah, yang pada akhirnya memandu dan memberikan arahan pada aktivitas belajar (Winkel dkk, 2011).

Stukalina, (2014) menyatakan bahwa motivasi mahasiswa sangat penting bagi keterlibatan kognitif dalam proses pendidikan yang panjang dan

berkelanjutan. Hal ini adalah proses siklus ketika organisasi pendidikan memberikan layanan yang lebih baik kepada mahasiswa, mereka termotivasi untuk berpartisipasi dalam proses pendidikan, yang pada gilirannya, meningkatkan kualitas hasil pendidikan. Layanan pendidikan memainkan peran utama dalam kehidupan siswa dan siswa membutuhkan motivasi dan keterampilan intelektual yang besar untuk mencapai tujuan mereka (Gruber dkk, 2010)

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif untuk mengumpulkan data mengenai sikap tentang kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa, motivasi dan loyalitas terhadap pelayanan di universitas Darunnajah dan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan diukur dengan a). Dimensi pembelajaran dengan 8 indikator yang diadopsi dari (Kazlauskienė, 2015 dan Annamdevula, 2014), pelayanan administrasi 6 indikator (Abdullah, 2006; Mahapatra and Khan (2007; Annamdevula, 2014), fasilitas akademik 7 indikator (Jager & Gbadamosi, 2010 & Annamdevula, 2014), infrastruktur kampus 4 indikator (Heffernan, & Megicks, 2008; Annamdevula, 2014), layanan pendukung 4 indikator (Abdullah, 2006; Tsinidou, dkk, 2010; dan Annamdevula, 2014) internalisasi 2 indikator (Gamage, 2008; Annamdevula, 2014); motivasi mahasiswa (Annamdevula, 2014), loyalitas mahasiswa (Rojas & Cerda-urrutia, 2009; and Annamdevula, 2014)

Analisis data dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama dilakukan uji outer model untuk menentukan validitas dan reliabilitas instrumen. Pada tahap 2 (dua) dilakukan evaluasi outer model pada masing-masing konstruk (kualitas pelayanan, motivasi dan loyalitas). selanjutnya dilakukan uji evaluasi inner model untuk menguji model struktural. Metode pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner online kepada mahasiswa yang yang

terdaftar dan aktif di Universitas Darunnajah sebagai responden dalam penelitian ini dengan total 39 item (indikator) di antaranya terkait dengan layanan yang diberikan oleh universitas dan mengukur kualitas layanan yang dirasakan oleh mahasiswa. Pertanyaan dalam Kuesioner tersebut dibuat secara komprehensif dan mencakup baik layanan akademik maupun non-akademik yang dirasakan oleh mahasiswa. Lima item digunakan untuk mengukur motivasi mahasiswa. Semua indikator kualitas layanan dan motivasi diukur pada skala Likert lima poin yang bervariasi dari 1 sangat tidak setuju hingga 5 sangat setuju. Skala.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive technique sampling. Total sampel yang valid sebanyak 100 dikumpulkan dengan tingkat respons 100 persen. Untuk menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM), diperlukan ukuran sampel minimal 300, ketika model memiliki jumlah konstruk yang lebih besar (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2022). Responden hampir terbagi rata antara laki-laki (55,5 persen) dan perempuan, (44,5) persen mahasiswa berusia 18 hingga 25 tahun. Responden berasal dari berbagai prodi di Universitas Darunnajah.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil

##### 4.1.1. Evaluasi outer model tahap 1 (*First stage Outer Model Evaluation.*)

Pada tahap pertama dilakukan uji Reliabilitas dan validitas pada konstruk (pembelajaran, pelayanan administrasi, fasilitas akademik, infrastruktur kampus, layanan pendukung, internasionalisasi, motivasi mahasiswa dan loyalitas mahasiswa). Hal tersebut merupakan bagian dari evaluasi model pengukuran (Hair dkk, 2022). Untuk memastikan reliabilitas, digunakan kriteria *composit reliability (CR)* dan *outer loading*. Dalam penelitian ini, nilai *outer loading* dan CR untuk sebagian besar konstruk  $> 0,7$ .

Namun, terdapat pengecualian pada konstruk pembelajaran TC 5 nilai loading faktornya kurang dari 0.7 sehingga dihapus dari model. Menurut Hair et al., (2022), *loading factor* dalam rentang 0,5 hingga 0,6 masih dapat diterima dalam kondisi tertentu. Selain itu, nilai CR di atas 0,7 menunjukkan bahwa konstruk tersebut dapat diandalkan dalam estimasi model.

*Convergen Validity* dinilai melalui pengukuran nilai rata-rata yang diekstraksi (AVE). (Hair, dkk, (2019) menyarankan bahwa nilai ambang batas

untuk AVE adalah 0,5. Semua konstruk dalam model tersebut memiliki nilai AVE lebih besar dari 0,5 (Tabel 4.1). Validitas diskriminan dinilai menggunakan kriteria Fornell dan Larcker dan heterotrait monotrait (HTMT). Fornell & Larcker, (1981), yang melihat kuadrat koefisien korelasi absolut antara konstruk, harus melebihi AVE individual untuk memenuhi persyaratan. Tabel 4.1 mentabulasi statistik Fornell dan Larcker dari model tersebut

Tabel. 4.1  
Evaluasi outer Model Berdasarkan Loading, AVE dan CR (First Order)

Konstruk	Indikator	Loading	AVE	CR
Pembelajaran	TC1	0.716	0.635	0.924
	TC2	0.824		
	TC3	0.858		
	TC4	0.719		
	TC6	0.811		
	TC7	0.738		
	TC8	0.857		
Pelayanan Administrasi	AS1	0.755	0.728	0.941
	AS2	0.869		
	AS3	0.878		
	AS4	0.917		
	AS5	0.858		
	AS6	0.832		
Fasilitas Akademik	FA1	0.754	0.704	0.943
	FA2	0.861		
	FA3	0.886		
	FA4	0.834		
	FA5	0.831		
	FA6	0.852		
	FA7	0.852		
Infrastruktur Kampus	IK1	0.820	0.756	0.925
	IK2	0.904		
	IK3	0.884		
	IK4	0.867		
Layanan Pendukung	LP1	0.933	0.941	0.800
	LP2	0.886		
	LP3	0.898		
	LP4	0.858		
Internasionalisasi	IN1	0.849	0.693	0.819
	IN2	0.816		
Loyalitas	LM1	0.795		

Mahasiswa	LM2	0.914	0.903	0.757
	LM3	0.896		
Motivasi Mahasiswa	MM1	0.783	0.944	0.773
	MM2	0.883		
	MM3	0.887		
	MM4	0.955		
	MM5	0.879		

Sumber: output PLS, 2024

Tabel. 4.2  
Hasil Uji Validitas Diskriminan

	FA	IK	IN	LP	LM	MM	PA	TC
Fasilitas Akademik	0.839							
Infrast Kampus	0.816	0.869						
Internasionalisasi	0.676	0.673	0.833					
Layanan Pendukung	0.851	0.829	0.645	0.894				
Loyalitas Mahasiswa	0.679	0.614	0.609	0.594	0.870			
Motivasi mahasiswa	0.824	0.797	0.636	0.793	0.720	0.879		
Pelayanan Adm	0.695	0.744	0.531	0.796	0.490	0.755	0.853	
Pembelajaran	0.720	0.716	0.584	0.727	0.544	0.791	0.768	0.797

Sumber : kriteria fornell dan Lacker

Kriteria yang lebih ketat untuk menilai validitas diskriminan adalah HTMT, dengan batas nilai di bawah 0,9. Hasil dalam tabel menunjukkan tidak adanya multikolinearitas antar konstruk. Seperti terlihat pada Tabel 4.2, nilai HTMT semua konstruk berada di bawah ambang batas. Hal ini mengonfirmasi validitas diskriminan yang memadai sekaligus memastikan tidak terdapat multikolinearitas. Setelah itu, penelitian dilanjutkan dengan tahap ke 2 (dua)

yaitu tahap uji validitas dan reliabilitas (*second order*) Tabel 4.

#### 4.2. Evaluasi Outer Model Tahap 2 (*Second Stage Outer Model Evaluation*)

Tabel 4.3 menunjukkan hasil uji Outer Model (*loading factor, Average Variance Extract dan Composite Reliability*)

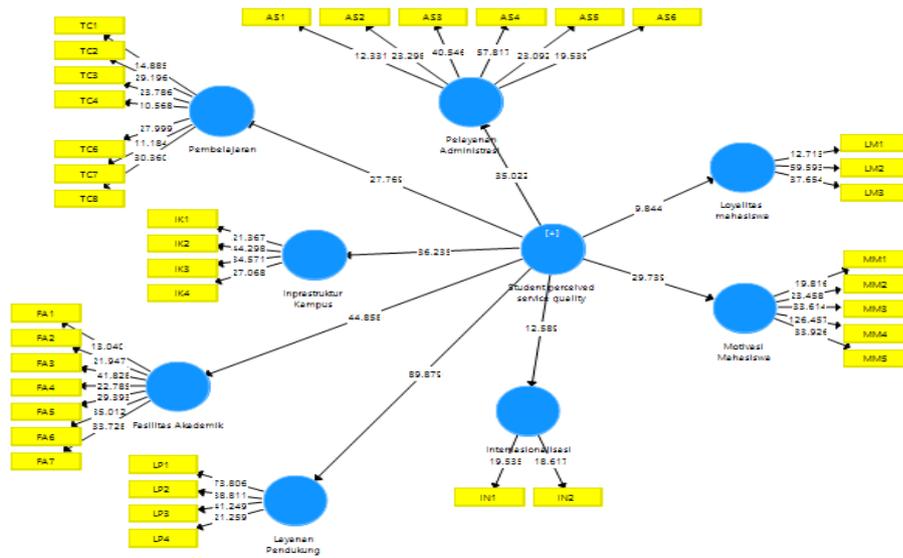
Tabel. 4.3  
Evaluasi Outer Model Berdasarkan Loading, AVE dan CR  
(Second Order)

	Loadings	CR	AVE
Fasilitas Akademik	0.923	0.943	0.704
Infrastruktur Kampus	0.912	0.925	0.756
Internasionalisasi	0.687	0.819	0.693
Layanan Pendukung	0.936	0.941	0.800
Pelayanan Adm	0.884	0.941	0.728
Pembelajaran	0.829	0.924	0.635

Sumber: Output PLS, 2024

Berdasarkan hasil evaluasi *loading factor* menunjukkan bahwa konstruk Fasilitas akademik, infrastruktur kampus, internasionalisasi, layanan pendukung, pelayanan administrasi dan pembelajaran seluruhnya memenuhi ambang batas yang dipersyaratkan yaitu nilai *loading factor*nya diatas 0.7.

artinya bahwa seluruh konstruk tersebut dapat dikatakan cukup baik dalam hal mewakili indikator tersebut. Demikian pula nilai *composite Reliability (CR)* > 0.7 dan nilai *Average Variance Relibility (AVE)* > 0.5 sehingga dapat dikatakan reliabel



**Gambar. 1 Model Penelitian**

Gambar 1 menunjukkan hasil analisis model struktural untuk jalur yang dihipotesiskan.

Berdasarkan nilai  $R^2$  pada konstruk motivasi mahasiswa adalah: 0.767. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa mampu menjelaskan varian motivasi mahasiswa sebesar 76.7 persen, sedangkan sisanya yaitu 23.3 persen

dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Kemudian konstruk loyalitas mahasiswa sebesar 0.435 artinya bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa mampu berkontribusi dalam menjelaskan varian loyalitas mahasiswa sebesar 43.5 persen dan sisanya sebesar 56.5 persen dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel. 4.4  
Hasil pengujian model struktural dan hipotesis

	<i>Original Sample</i>	<i>Sample Mean</i>	<i>Standard Deviation</i>	<i>T Statistic</i>	<i>P Value</i>	$R^2$
SPSQ → Motivasi Mahasiswa	0.876	0.877	0.030	29.231	0.000	0.767
SPSQ → Loyalitas Mahasiswa	0.659	0.664	0.065	10.073	0.000	0.435

Tabel 4.4 menyajikan hasil uji hipotesis terkait pengaruh langsung kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa terhadap motivasi dan loyalitas mahasiswa, dengan hasil analisis model statistik mendukung hipotesis H1 dan H2. Menurut Diamantopoulos, A., & Siguaw, (2000), koefisien jalur di bawah 0,30 dikategorikan sebagai pengaruh sedang, antara 0,30 sampai 0,60 sebagai pengaruh kuat, dan di atas 0,60 sebagai pengaruh sangat kuat.

Hipotesis pertama, menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa mampu meningkatkan motivasi mahasiswa. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang dibangun. hal tersebut ditunjukkan oleh nilai (koefisien jalur = 0,876,  $p < 0,001$ ). Kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa memiliki pengaruh sangat kuat, positif, dan signifikan terhadap motivasi mahasiswa. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan oleh mahasiswa maka semakin tinggi tingkat motivasi mahasiswa. Kualitas pelayanan dapat berdampak langsung pada suasana hati, kesejahteraan, dan partisipasi mahasiswa, yang pada gilirannya membangun motivasi (Stukalina, 2010; Wolfgang dan Dowling, 1981). Oleh karena itu, kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam motivasi mahasiswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Abdelnaeim et al., 2023; Chandra et al., 2018; Hamid, 2021) yang menyatakan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap motivasi mahasiswa.

Hipotesis kedua, mengusulkan adanya pengaruh langsung dan signifikan kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa, hasil penelitian ini dapat menjawab hipotesis 2 (dua) hal ini ditunjukkan dengan nilai (koefisien jalur

0,659,  $p < 0,001$ ). Artinya, kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Oleh karena itu, H2 diterima. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi hasil penelitian yang dilakukan oleh (Borishade et al., 2021; Hamid, 2021; Chandra et al., 2018; Gronroos & Seebaluck, 2019; Nguyen & Saleem, 2024). Dalam literatur, meskipun kualitas layanan dan motivasi mahasiswa telah diakui penting, penelitian yang mendalami penyebab motivasi mahasiswa serta kaitannya dengan kualitas layanan masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan menegaskan adanya hubungan yang signifikan antara persepsi kualitas layanan, kepuasan mahasiswa, loyalitas, dan motivasi.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini membahas kesenjangan dalam memahami dampak kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa terhadap motivasi dan loyalitas mahasiswa di Universitas Darunnajah, dengan meneliti efek langsung kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa terhadap motivasi dan loyalitas mahasiswa. Dengan sampel 100 responden, Hasil penelitian mendukung hipotesis yang dibangun. Pertama, kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa mempengaruhi motivasi mahasiswa secara positif dan signifikan. Kedua, kualitas pelayanan yang dipersepsikan mahasiswa memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Hasil ini menekankan pentingnya perguruan tinggi meningkatkan kualitas pelayanan sebagai upaya dalam meningkatkan motivasi dan loyalitas mahasiswa

## **SARAN**

Penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya: sampel dikumpulkan hanya dari satu Universitas saja sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi ke semua universitas di Indonesia secara keseluruhan. Penelitian ini mengembangkan dan menguji instrumen pengukuran baru yang mencakup semua aspek layanan yang dialami oleh mahasiswa sebagai pelanggan utama dalam pendidikan tinggi (Hill, 1995). Penelitian lebih lanjut juga dapat

mengukur kualitas layanan dalam perspektif pemangku kepentingan utama lainnya. Kualitas layanan dipelajari sebagai antecedent motivasi loyalitas mahasiswa. Beberapa variabel lain perlu dipertimbangkan sebagai antecedent yang memengaruhi dan berinteraksi dengan loyalitas dan motivasi mahasiswa. Penelitian selanjutnya dapat mengungkapkan sampel perguruan tinggi yang lebih banyak, misalkan perguruan tinggi di tingkat provinsi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdelnaeim, S., El-bassiouny, N., & Hauser, C. (2023). The role of service quality in achieving sustainable development goal 3: shaping students' psychological well-being in an Egyptian higher education context. <https://doi.org/10.1108/MSAR-07-2023-0036>
- Abdullah, F. (2006). The development of HEDPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector, (November), 569–581. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2005.00480.x>
- Achmad, A., & Fernandes, R. (2017). The mediating effect of service quality and organizational commitment on the effect of management process alignment on higher education performance in Makassar, Indonesia, (2014). <https://doi.org/10.1108/JOCM-11-2016-0247>
- Adrienne, A. B. and. (2001). Perspectives Service improvements in public services using SERVQUAL Alexandria Brysland and from experience; and, *11*(6), 389–401.
- Angell, R. J., Heffernan, T. W., & Megicks, P. (2008). Service quality in postgraduate education, *1997*. <https://doi.org/10.1108/09684880810886259>
- Annamdevula, S. (2014). Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in Indian universities Development of HiEduQual. <https://doi.org/10.1108/JM2-01-2014-0010>
- Borishade, T. T., Ogunnaike, O. O., Salau, O., Motilewa, B. D., & Dirisu, J. I. (2021). Heliyon Assessing the relationship among service quality, student satisfaction and loyalty: the NIGERIAN higher education experience. *Heliyon*, *7*(July), e07590. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07590>
- Chandra, T., Priyono, P., & Indonesia, T. P. (2018). The Effect of Service Quality on Student Satisfaction and Student Loyalty: An Empirical Study, (September). <https://doi.org/10.17499/jsser.12590>
- Damaris, A., Surip, N., & Setyadi, A. (2019). Analysis Service on Student Satisfaction with Motivation as Moderating Variable, *VII*(2), 118–130.
- Darojat, M. H. (2024). Pentingnya pemahaman Visi dan Misi Universitas sebagai dasar bagi mahasiswa dalam menjalani proses akademik di Universitas Darunnajah. Retrieved from <https://www.darunnajah.ac.id>
- Diamantopoulos, A., & Sigauw, J. A. (2000). *Introducing LISREL*.

- SAGE Publications, Ltd.
- Donlagić, S. (2017). Quality assessment in higher education using the SERVQUAL model QUALITY ASSESSMENT IN HIGHER EDUCATION USING THE, (July 2015).
- Farahmandian, S., Minavand, H., & Afshardost, M. (2013). Perceived service quality and student satisfaction in higher education, *12*(4), 65–74.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement, *XVIII*(February), 39–50.
- Gamage, D. T. (2008). The impact of quality assurance measures on student services at the Japanese and Thai private universities, *16*(2), 181–198. <https://doi.org/10.1108/09684880810868457>
- Gronroos, C., & Seebaluck, A. K. (2019). Higher education service quality, student satisfaction and loyalty Validating the HESQUAL scale and testing an improved structural model, *27*(4), 427–445. <https://doi.org/10.1108/QAE-01-2019-0003>
- Gruber, T., Fuß, S., & Gla, M. (2010). Examining student satisfaction with higher education services Using a new measurement tool. <https://doi.org/10.1108/09513551011022474>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), (January).
- Hamid, M. S. (2021). Student satisfaction, loyalty, and motivation as observed from the service quality, *1*(1), 136–153.
- Han, H., & Woods, D. P. (n.d.). Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism Attitudinal and Behavioral Aspects of Loyalty in the Screen-Golf Industry, (February 2015), 37–41. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2014.889535>
- Jager, J. De, & Gbadamosi, G. (2010). Specific remedy for specific problem: measuring service quality in South African higher education, 251–267. <https://doi.org/10.1007/s10734-009-9298-6>
- Joseph F. Hair, Barry J. Babin, William C. Black, R. E. A. (2019). *Multivariate Data Analysis*. Cengage.
- Kazlauskienė, S. and. (2015). The Model Of Studies Quality Dimensions From Student 's Perception, (January).
- Marimuthu, M. (2014). Service Quality in Higher Education: Comparing the Perceptions of Stakeholders Service Quality in Higher Education: Comparing the Perceptions of Stakeholders, (May).
- Nguyen, H. V., & Saleem, M. (2024). The influence of service quality on student satisfaction and student loyalty in Vietnam: the moderating role of the university image, *12*(1), 37–59. <https://doi.org/10.1108/JTS-12-2023-0032>
- Oliso, Z. Z., Alemu, D. D., Ababa, A., & Jansen, J. D. (2024). The impact of educational service quality on student academic performance in Ethiopian public universities: a mediating role of students ' satisfaction. <https://doi.org/10.1108/JIEB-07-2023-0042>
- Parasuraman, A. P. (1988). SERVQUAL: A multiple-Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality, (January).
- Rojas-méndez, J. I., Vasquez-parraga, A. Z., Kara, A., & Cerda-urrutia, A. (2009). Determinants of Student Loyalty in Higher Education: A Tested Relationship Approach in Latin America, (December 2014), 37–41. <https://doi.org/10.1080/109785209>

03022089

<https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem01055>

- Setó-pamies, D. (2012). Total Quality Management & Business Excellence Customer loyalty to service providers: examining the role of service quality, customer satisfaction and trust, (December), 37–41.
- Stukalina, Y. (2014). IDENTIFYING PREDICTORS OF STUDENT SATISFACTION AND STUDENT MOTIVATION IN THE FRAMEWORK OF ASSURING Yulia Stukalina, *12(1)*, 127–137. <https://doi.org/10.3846/bme.2014.09>
- Sultan, P., & Wong, H. Y. (2012). Antecedents and consequences of service quality in a higher education context A qualitative research approach, 70–95. <https://doi.org/10.1108/09684881311293070>
- Taylor, P., Prakash, A., & Mohanty, R. P. (2013). Production Planning & Control: The Management of Operations Understanding service quality, (February 2015), 37–41. <https://doi.org/10.1080/09537287.2011.643929>
- Trivsel, C., & Trivsel, S. (2017). Customer satisfaction and customer loyalty, (November).
- Tsinidou, M., Gerogiannis, V., & Fitsilis, P. (2010). Evaluation of the factors that determine quality in higher education: an empirical study, *18(3)*, 227–244. <https://doi.org/10.1108/09684881011058669>
- Winkel, D. E., Wyland, R. L., Shaffer, M. A., & Clason, P. (2011). A new perspective on psychological resources: Unanticipated consequences of impulsivity and emotional intelligence, 78–94. <https://doi.org/10.1348/2044-8325.002001>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2010). Services Marketing Strategy, (December 2017).