

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI YANG DIRASAKAN
UNTUK MENCIPTAKAN KEPUASAN MAHASISWA****(Studi Kasus di Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor)***(Analyzes the Factors that Influence the Perceived Value of Creating Student Satisfaction at the Faculty of Engineering, University of Ibn Khaldun Bogor).***Hendri Maulana¹, Indupurnahayu², Masyhudzulhak²**¹Fakultas Teknik, UIKA Bogor;²Program Manajemen Pascasarjana UIKA Bogor**ABSTRACT**

This study analyzes the factors that influence the perceived value of creating student satisfaction at the Faculty of Engineering, University of Ibn Khaldun Bogor. The formulation of the problem is how to create student satisfaction. This study develops a research model. Respondents in this study as many as 105 students at the Faculty of Engineering, University of Ibn Khaldun Bogor. This study used Structural Equation Modeling (SEM) which run through the program AMOS 18 as a tool of analysis. Results analysis showed that the research model and the results are acceptable.

The research proves that the brand image and service quality has a positive and significant influence on perceived value. Furthermore, perceived value and a significant positive effect in creating customer satisfaction. Based on the results of the theoretical implications of this study can provide a stronger justification for the antecedents that influence customer perceived value such as brand image and the quality of care. Managerial implications of this research is the management faculty need to give more attention to evaluating and improving student satisfaction and always promoting the majors in the Faculty of Engineering, University of Ibn Khaldun Bogor.

Keywords: Brand Image, Service Quality, Perceived Value and Satisfaction The student.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai yang dirasakan untuk menciptakan kepuasan mahasiswa di Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor. Penelitian ini mengembangkan sebuah model penelitian. Responden dalam penelitian ini sebanyak 105 orang mahasiswa di Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor.

Penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang dijalankan melalui program AMOS 18 sebagai alat analisisnya. Hasil Analisis data menunjukkan bahwa model penelitian dan hasilnya dapat diterima. Hasil penelitian membuktikan bahwa citra merek (*brand image*) dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai yang dirasakan. Implikasi manajerial dari penelitian ini adalah pihak manajemen fakultas perlu memberikan perhatian lebih untuk mengevaluasi dan meningkatkan kepuasan mahasiswa serta selalu mempromosikan jurusan-jurusan yang ada di Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor.

Kata kunci : Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Nilai Yang Dirasakan dan Kepuasan mahasiswa.

LATAR BELAKANG

Berkembangnya institusi yang menawarkan jasa pendidikan tinggi merupakan respon terhadap tingginya permintaan terhadap jasa tersebut. Tingginya tingkat persaingan mendorong institusi pendidikan sebagai *service provider* untuk terus mengembangkan keunggulan kompetitif dengan menawarkan *value orientation* dan memberikan standard tinggi dari kualitas jasa. Hal ini dapat mempengaruhi image dan reputasi perguruan tinggi sehingga dapat memperkuat positioning institusi.

Kompetisi yang tinggi menimbulkan tantangan bagi PT (perguruan tinggi) untuk tetap *survive*. Permasalahan yang masih harus dihadapi oleh PT pada saat ini adalah bagaimana dapat membangun reputasi dan image di mata masyarakat dan bagaimana pimpinan harus merubah image layanan proses belajar mengajar, dengan menyediakan gedung, fasilitas, dosen yang bermutu dan pelayanan administrasi yang prima, sehingga betul-betul memberikan kepuasan bagi mahasiswa dengan mencegah munculnya gejala konsumerisme. Gejala konsumerisme ialah gerakan rasa tidak puas mahasiswa atau

stakeholder, terhadap layanan pendidikan yang mereka terima karena ketidakseimbangan dengan *cost* yang mereka keluarkan. Yang menjadi tantangan PT ke depan adalah bagaimana meningkatkan popularitas PT dibanding institusi pendidikan tinggi lain, tantangan yang harus menjadi perhatian ke depan adalah bagaimana membangun image positif di mata masyarakat. Untuk menguatkan positioning PT di benak *stakeholder*, *strategic brand positioning* menjadi sesuatu yang penting bagi PT. Untuk itu perlu dikembangkan suatu strategi untuk memperkuat *positioning* PT di mata *stakeholders* bahwa PT menawarkan alternatif pendidikan tinggi berkualitas dan menawarkan keunggulan dan keunikan dengan menawarkan keunggulan terlaksananya proses belajar.

Di wilayah Bogor dan sekitarnya ada beberapa PTS yang memiliki fakultas teknik sehingga adanya pengaruh calon mahasiswa dalam memilih PTS dari jumlah mahasiswa fakultas teknik yang dipilih dari data Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Fakultas Teknik Di PTS Di wilayah Bogor
Perguruan Tinggi : 041-001 Universitas Ibn Khaldun

Mahasiswa Baru	2005	2006	2007	2008
Teknik Sipil	11	15	23	28
Teknik Elektro	15	12	12	12
Teknik Mesin	36	21	42	29
Teknik Informatika	65	46	75	122
Total	127	94	152	191

Perguruan Tinggi : 041-004 Universitas Pakuan

Mahasiswa Baru	2005	2006	2007	2008
Teknik Elektro	45	26	41	24
Teknik Sipil	30	30	36	23
Teknik Geodesi	6	4	4	3
Teknik Geologi	13	16	21	35
Teknik Informatika	145	155	240	270
Total	239	231	342	355

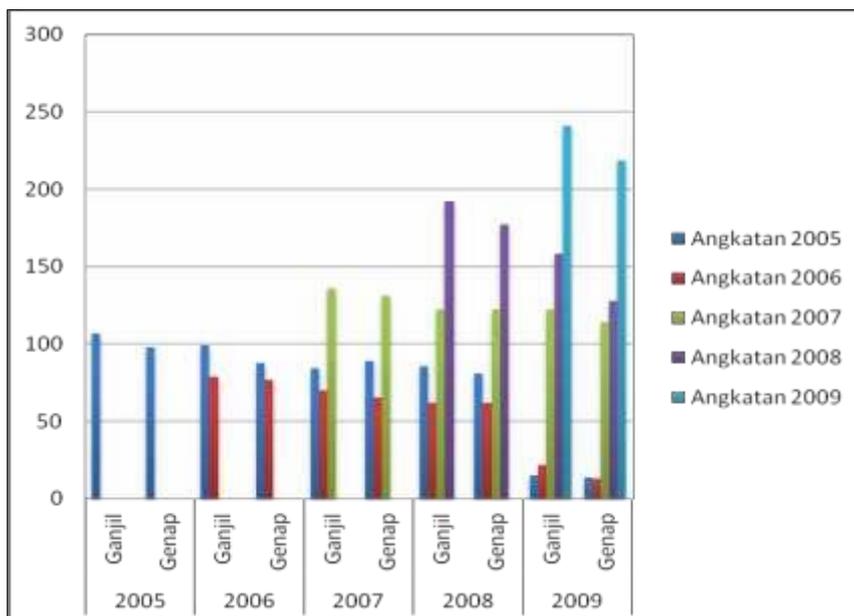
Sumber: <http://evaluasi.or.id>. (EPSBED 2011) data diolah

Orientasi pemasaran akan meningkatkan *brand awareness* yang berimbang pada naiknya nilai kepuasan yang

dirasakan pelanggan. Menilai kepuasan pelanggan, dapat dilihat dengan jumlah penurunan mahasiswa dari tiap angkatan

pada semesternya hal ini menunjukkan adanya faktor yang mempengaruhi nilai

yang dirasakan pelanggan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Mahasiswa Aktif Fakultas Teknik Per Tahun Angkatan

Besar kecilnya kemampuan untuk memperoleh mahasiswa tergantung dari penyampaian informasi tentang PTS yang bersangkutan, yang secara nyata terlihat dari strategi bauran pemasaran jasa yang diterapkan oleh setiap PTS. Khususnya pelayanan dari data yang ada bahwa penurunan mahasiswa dari tiap angkatan pada setiap semesternya menunjukkan adanya factor yang mempengaruhi nilai yang dirasakan mahasiswa untuk menciptakan kepuasan mahasiswa. Kondisi ini tentunya tidak menguntungkan bagi PTS. Kenyataan ini melatar belakangi perlunya pihak perguruan tinggi atau kampus khususnya fakultas untuk menemukan cara guna meningkatkan nilai yang dirasakan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan dengan mengetahui faktor apa yang membuat mahasiswa puas.

Permasalahan yang hendak dijawab dalam penelitian ini adalah bagaimana citra merek (*brand image*) dan kualitas layanan (*service quality*) menentukan nilai yang dirasakan mahasiswa (*customer perceived value*) dan kepuasan mahasiswa (*customer satisfaction*). Berdasarkan latar belakang di

atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap nilai yang dirasakan mahasiswa?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap nilai yang dirasakan mahasiswa?
3. Bagaimana pengaruh nilai yang dirasakan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa?

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh citra merek terhadap nilai yang dirasakan mahasiswa
2. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap nilai yang dirasakan mahasiswa
3. Menganalisis pengaruh nilai yang dirasakan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa.

METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor yang berlokasi di jalan KH. Sholeh Iskandar km. 2 Kedung Badak, Tanah

Sareal Bogor. Penelitian dilaksanakan dari bulan Februari 2011 sampai dengan bulan Juli 2011. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer (data diperoleh secara langsung dari responden dengan cara membagikan kuesioner/daftar pertanyaan pada responden).

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Teknik UIKA Bogor yang berjumlah 653 orang. Menurut Arikunto (2006), apabila subjeknya kurang dari 100, sample lebih baik diambil semuanya. Selanjutnya jika subjeknya lebih besar dari 100, maka sample dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih. Populasi penelitian ini adalah 10% x 1731 orang = 173 orang. Jumlah sampel dalam penelitian ini akan ditentukan dengan *proportionate stratified random sampling*, yang dibagikan berdasarkan jurusan di fakultas dan tahun angkatan akademik.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket, dengan menggunakan pertanyaan, tertutup. Pernyataan dalam angket tertutup menggunakan skala Numerical. Penelitian dengan menggunakan Numerical scale 1-10 dengan alasan-alasan sebagai berikut (Husein, 2000):

1. Untuk mendapatkan data yang bersifat universal
2. beberapa buku teks menganjurkan agar data pada kategori "netral" tidak dipakai dalam analisis selama responden tidak memberikan alasannya.
3. Untuk menghindari kategori tidak tahu dalam skala numerikal, angka 1 (satu) menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan yang sangat tidak setuju terhadap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan, sedangkan angka 10 (sepuluh) menunjukkan sangat setuju untuk mendapatkan data yang bersifat interval dan diberi skor atau nilai sebagai berikut :

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

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan pengaruh. Untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini maka teknik analisis yang digunakan adalah SEM atau *Structural Equation Modeling* yang dioperasikan melalui program AMOS. Permodelan penelitian melalui SEM memungkinkan seorang peneliti dapat menjawab pertanyaan penelitian yang

bersifat dimensional (yaitu mengukur apa indikator dari sebuah konsep) dan regresif (mengukur pengaruh atau derajat hubungan antara faktor yang telah diidentifikasi dimensinya). Penelitian ini menggunakan dua macam teknik analisis, yaitu Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Factor Analysis*) dan Regression Weight pada SEM. Operasional variabel-variabel yang digunakan dapat diuraikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Skala Pengukuran	Indikator
Citra Merek	Citra merek adalah persepsi/gambaran yang berhasil dibangun merek yang dinilai oleh pelanggannya secara rasional dan emosional.	10 point skala pada 4 item untuk mengukur citra merek	X ₁ : Nama Baik X ₂ : Citra dibanding pesaing X ₃ : Dikenal Luas X ₄ : Kemudahan dikenal
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan yang merupakan hasil dari perbandingan mengenai harapan dan persepsi aktual	10 point skala pada 4 item untuk mengukur Kualitas	X ₅ : Tangible X ₆ : Reliability X ₇ : Responsiveness X ₈ : Assurance

	mengenai jasa yang diterima.		X ₉ : Empathy
Nilai yang dirasakan	Nilai yang dirasakan adalah yang dirasakan pelanggan akibat perbedaan antara manfaat yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan.	10 point skala pada 4 item untuk mengukur nilai yang dirasakan	X ₁₀ : Rasa Keyamanan X ₁₁ : Tenaga profesional X ₁₂ : Merek mempunyai nilai tambah
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan pelanggan adalah persepsi /bentuk perasaan pelanggan dalam menerima produk pelayanan yang diberikan kampus	10 point skala pada 4 item untuk mengukur Kualitas	X ₁₃ : Rasa senang X ₁₄ : Kepuasan terhadap pelayanan X ₁₅ : Kepuasan terhadap system

GAMBARAN UMUM FAKULTAS TEKNIK UIKA

Fakultas teknik mempunyai sejarah yang cukup lama dan merupakan institusi tertua di kota Bogor dan bidangnya. Didirikan pada tahun 1974, fakultas teknik pada mulanya hanya mempunyai satu jurusan yaitu Teknik Sipil. Baru beberapa tahun kemudian jurusan Teknik Elektro didirikan (tepatnya pada tahun 1978) kemudian di susul dengan jurusan Teknik Mesin. Pada awal masa perjalanannya pengelolaan serta pengembangan Fakultas Teknik selanjutnya tidak berjalan dengan baik salah satu indicator yang dengan cepat dapat dilihat adalah jumlah mahasiswa yang relative sedikit dibanding dengan Fakultas lain di lingkungan Universitas Ibn Khaldun Bogor,

Setelah diterapkannya sistem pendidikan tinggi yang berakreditasi secara nasional dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT), ketiga jurusan yang ada di FT UIKA Bogor telah terakreditasi, yaitu melalui keputusan Ketua BAN-PT Nomor: 02990/Ak-I-III-004/UIKTFE/IV/2000 tanggal 3 April 2000 untuk Jurusan Teknik Elektro (JTE), keputusan Ketua BAN-PT Nomor: 02991/Ak-I-III-004/UIKTRS/IV/2000 tanggal 3 April 2000 untuk Jurusan Teknik Mesin (JTM), dan keputusan Ketua BAN-PT Nomor: 02989/Ak-I-III-014/UIKLDS/IV/2000 tanggal 3 April 2000 untuk Jurusan Teknik Sipil (JTS).

Perkembangan selanjutnya jurusan yang ada di FT UIKA Bogor telah melaksanakan reakreditasi, disamping telah diperolehnya status izin operasional bagi Program Studi Teknik Informatika.

Jurusan/Program Studi Teknik Elektro telah memperoleh peningkatan status akreditasi menjadi "B", yaitu melalui keputusan Ketua BAN-PT Nomor: 05729/Ak-VII-S1-019/UIKTFE/VIII/2000 tanggal 20 Agustus 2004, sedangkan untuk Jurusan/Program Studi Teknik Mesin dan Sipil terdapat peningkatan peringkat, dari akreditasi "C" menjadi akreditasi "B" melalui keputusan Ketua BAN-PT Nomor: 001/BAN-PT/Ak-X/S1/I/2007 tanggal 13 Januari 2007. Disamping itu, PS TI telah memperoleh status izin operasional dari pemerintah, melalui keputusan Dirjen Dikti Depdiknas, nomor: 1617/D/T/2003, tanggal 31 Juli 2003.

Visi FT UIKA adalah menjadi salah satu fakultas terkemuka di bidang keteknikan yang mendapat pengakuan nasional dan dunia Islam sebagai pusat unggul penerapan konsep kesatuan iman, ilmu dan amal dalam membentuk masyarakat madani yang berkelanjutan. Misi yang diembang adalah :

1. Mempraktikan kebiasaan berfikir ilmiah, bertindak ilmiah, dan berakhlak mulia dengan mengembangkan program pendidikan yang professional;
2. Mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang mampu meningkatkan kualitas proses pembelajaran dan kesejahteraan masyarakat sebagai perwujudan keagungan ajaran islam dengan sarana dan prasarana pendidikan yang berkualitas;
3. Menguji, mengembangkan, menerpkan dan menyebarluaskan strategi, metode, teknologi, dan seni dalam lingkup memberdayakan masyarakat; dan

4. Mengembangkan kerjasama kemitraan nasional dan internasional.

Tujuan dikembangkannya FT UIKA adalah :

1. Menghasilkan sumberdaya manusia yang kreatif dalam bidang ilmu keteknikan dan relevan dengan dinamika kebutuhan masyarakat;
2. Menghasilkan karya-karya penelitian inovatif dan bermutu tinggi yang bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat;
3. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan yang adil dan berkelanjutan;
4. Meningkatkan jaringan kemitraan dan kerjasama di bidang keteknikan.

Tugas dan Fungsi Organisasi

Tugas dan fungsi organisasi Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor, memiliki fungsi Menghasilkan sumberdaya manusia yang kreatif dalam bidang ilmu keteknikan dan relevan dengan dinamika kebutuhan masyarakat; Menghasilkan karya-karya penelitian inovatif dan bermutu tinggi yang bermanfaat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat; Meningkatkan pemberdayaan masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam proses pembangunan yang adil dan berkelanjutan;

Meningkatkan jaringan kemitraan dan kerjasama di bidang keteknikan.

Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor (FT UIKA Bogor) dalam menyelenggarakan sistem pendidikan tinggi teknik melalui cara pemberian kuliah (tatap muka), latihan, tugas (misalnya tugas perhitungan, perencanaan, perancangan), kerja laboratorium (praktikum), studio, kerja praktik, seminar, dan pada semester terakhir diwajibkan menyelesaikan tugas akhir (skripsi).

Kegiatan pendidikan yang diselenggarakan di Fakultas Teknik UIKA Bogor menggunakan sistem satuan kredit semester (sistem sks). Dalam hal ini, semua kegiatan pendidikan yang wajib dilakukan oleh setiap mahasiswa untuk mencapai jenjang keserjanaannya merupakan beban akademik dan diukur dalam sks, Jurusan Teknik Elektro dengan 151 sks, Jurusan Teknik Mesin 150 sks, dan Jurusan Teknik Sipil dengan 150 sks, PS Informatika kesemuanya terbagi dalam 8 semester atau 4 (empat) tahun. Satu semester adalah waktu kegiatan pendidikan yang terdiri 18–20 minggu perkuliahan atau kegiatan terjadwal lainnya, termasuk di dalamnya kegiatan penilaian.

Dosen/Tenaga Pengajar

Perkembangan kualifikasi staf pengajar di lingkungan FT UIKA Bogor ditunjukkan dengan Tabel 3 dan 4.

Tabel 3. Rekapitulasi Jumlah Dosen/Tenaga Pengajar Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No.	Jurusan/Program Studi	Status dan Jumlah Dosen					
		Dosen Tetap			Dosen Luar Biasa		
		S1	S2	S3	S1	S2	S3
1.	Teknik Sipil	2*	3	1	6	6	1
2.	Teknik Mesin	1	4	2	4	9	2
3.	Teknik Elektro	1	4+1*	0	4	4	1
4.	Teknik Informatika	2	2+1*	0	6	10	1
5.	Dosen FT	-	1	-	-	-	-
Jumlah = 85		13	11	2	20	29	5

Sumber: data staf tata usaha Fakultas teknik UIKA Bogor

Tabel 4. Rekapitulasi Jumlah Jabatan Akademik Dosen Tetap Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor

No.	Status Dosen	Tahun Akademik		
		2008/2009	2009/2010	2010/2011
1.	Lektor Kepala	6	6	6
2.	Lektor	12	14	17
3.	Asisten Ahli	8	16	13
4.	Tenaga Pengajar	6	9	15
	Jumlah	32	45	51

Sumber: data staf tata usaha Fakultas teknik UIKA Bogor

Karyawan/Tenaga Administratif

Fakultas Teknik UIKA Bogor memiliki tenaga administrasi yang terdiri atas satu orang Kepala Bagian Tata Usaha, Subbagian (1) Akademik, Kemahasiswaan, dan Alumni (AKA) (2) Umum, Kepegawaian, dan Keuangan (UPK), dan (3) Perpustakaan, serta tiga orang staf tata usaha.

Perkembangan dan Kondisi Jumlah Mahasiswa

Perkembangan jumlah mahasiswa aktif dan lulusan FT UIKA Bogor selama periode Tahun Akademik 2004/2005 s.d. 2007/2008 dapat dilihat pada Tabel 5,6,7 dan Gambar 2.

Tabel 5. Rekapitulasi Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor Berdasarkan Tahun Masuk

Perguruan Tinggi : 041-001 Universitas Ibn Khaldun

Mahasiswa Baru	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Teknik Sipil	11	15	23	28	44	38
Teknik Elektro	15	12	12	12	28	21
Teknik Mesin	36	21	42	29	54	58
Teknik Informatika	65	46	75	122	131	149
Total	127	94	152	191	257	266

Sumber: data staf tata usaha Fakultas teknik UIKA Bogor

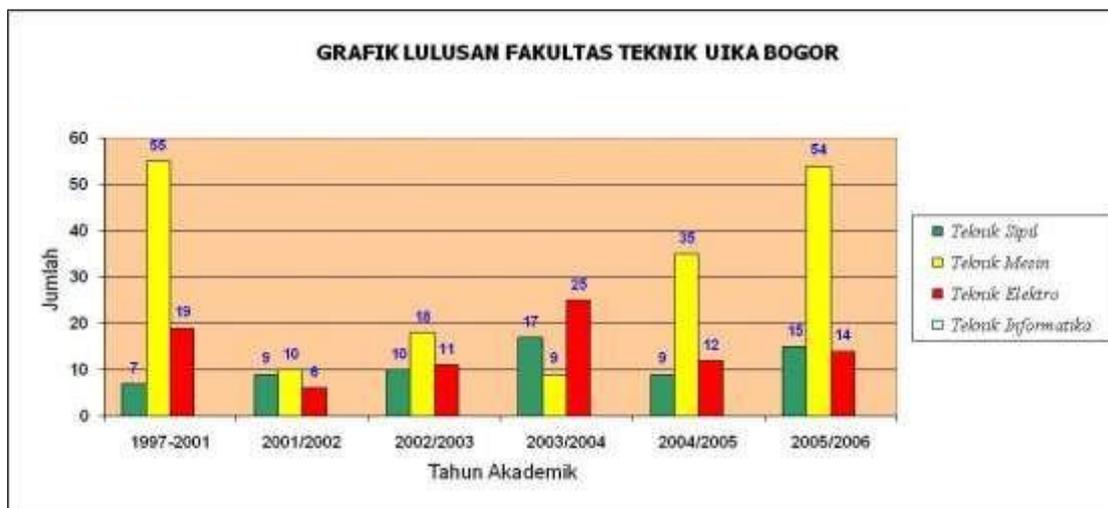
Tabel 6. Data Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Teknik UIKA Bogor

Tahun Angkatan	Tahun Akademik											
	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	Ganjil	Genap	Ganjil	Genap	Ganjil	Genap	Ganjil	Genap	Ganjil	Genap	Ganjil	Genap
2005	107	98	99	88	84	89	86	81	15	14	14	11
2006			79	77	70	65	62	62	22	13	35	23
2007					136	131	122	122	122	114	112	112
2008							191	177	158	128	151	134
2009									241	219	224	115
2010											266	258
Jumlah	107	98	178	165	290	285	461	442	558	488	802	653

Sumber: data staf tata usaha Fakultas teknik UIKA Bogor

Tabel 7. Rekapitulasi Lulusan Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor

NO.	PROGRAM STUDI	TAHUN AKADEMIK									TOTAL
		1997-2001	2001/2002	2002/2003	2003/2004	2004/2005	2005/2006	2006/2007	2007/2008	2008/2009	
1	Teknik Sipil	7	9	10	17	9	15	15	3	6	91
2	Teknik Mesin	55	10	18	9	35	54	32	3	14	230
3	Teknik Elektro	19	6	11	25	12	14	19	16	18	140
4	Teknik Informatika	0	0	0	0	0	0	2	1	9	12
	JUMLAH	81	25	39	51	56	83	66	22	38	461



Sumber: data staf tata usaha Fakultas teknik UIKA Bogor

Gambar 2. Grafik lulusan mahasiswa Fakultas Teknik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa dari 105 responden yang tertinggi adalah responden yang berjenis kelamin pria, yaitu sebesar 83 persen sedangkan jenis kelamin wanita adalah 17 persen. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa FT UIKA Bogor antara jenis kelamin pria dibandingkan dengan wanita adalah lebih banyak yang berjenis kelamin pria.

Responden Menurut Jurusan

Karakteristik responden berdasarkan Jurusan di FT UIKA menyebutkan bahwa dari 105 responden yang tertinggi adalah responden yang Jurusan Teknik Informatika, yaitu sebesar 40%, jurusan teknik mesin sebesar 30%, jurusan teknik sipil sebesar 20%, dan jurusan teknik elektro sebesar 10%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa

jurusan teknik informatika jumlah mahasiswa lebih banyak di antara jurusan-jurusan lainnya di FT UIKA Bogor.

Responden Menurut Semester

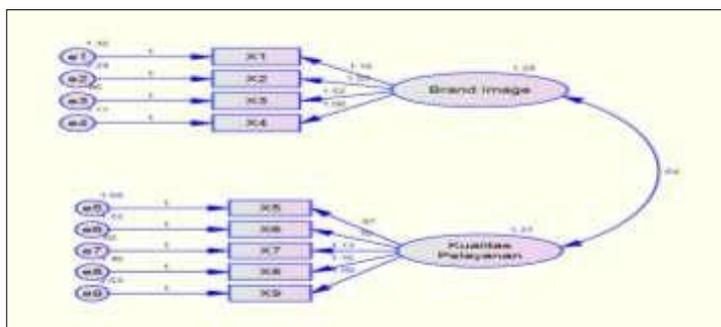
Karakteristik responden berdasarkan Jurusan di Fakultas Teknik Universitas Ibn Khaldun Bogor dapat diperoleh bahwa semester 2 terdapat 20%, semester 4 sebesar 20%, semester 6 sebesar 25%, semester 8 sebesar 30% dan semester 10 sebesar 5%. Berdasarkan hal tersebut maka mahasiswa Semester 8 dapat lebih mewakili nilai indikator-indikator dalam kuesioner yang diajukan peneliti di FT UIKA.

Analisis Faktor Konfirmatori Konstruktif Eksogen

Tahap analisis faktor konfirmatori konstruktif eksogen bertujuan menguji unidimensionalitas dari dimensi-dimensi pembentuk masing-masing variabel laten. Variabel-variabel laten atau konstruk

eskogen ini terdiri dari 9 *observed variable* sebagai pembentuknya. Hasil pengolahan

data ditampilkan pada Gambar 3, Tabel 8 dan Tabel 9.



Gambar 3. Analisis Faktor Konfirmatori Kongsruk Eksogen

Tabel 8. Hasil Uji Model Faktor Konfirmatori Konstruk Eksogen

Kriteria	Cut of Value	Hasil	Evaluasi
Chi-Square	χ^2 dengan df : 26; p : 5% = 38,885	38,200	Baik
Probability	$\geq 0,05$	0,058	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,918	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,859	Marginal
TLI	$\geq 0,95$	0,971	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,979	Baik
CMIN/DF	$\geq 2,00$	1,469	Baik
RMSEA	$\geq 0,08$	0,058	Baik

Sumber: data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan hasil pengamatan pada gambar pada grafik analisis factor konfirmatori pada konstruk eksogen dapat ditunjukkan bahwa model layak diuji pada tahap full model, hal ini ditandai dengan nilai dari hasil perhitungan memenuhi kriteria layak model.

Hasil perhitungan uji *chi-square* pada konstruk eksogen memperoleh nilai sebesar 38,200 masih dibawah *chi-square* tabel untuk derajat kebebasan 26 pada tingkat signifikan 5% sebesar 38,885. Nilai probabilitas sebesar 0,058 yang mana nilai

tersebut diatas 0,05. Kriteria-kriteria lainnya juga menunjukkan atau lebih banyak yang dalam kategori baik (fit). Hasil tersebut menunjukkan bahwa konstruk memenuhi kriteria model fit (*Goodness of-Fit Indices*). Disamping kriteria diatas *observed* (indikator) dari konstruk citra merek dan kualitas pelayanan valid karena mempunyai nilai *loading* diatas 0,5 sehingga tidak satupun *observed* (indikator) yang didrop (dibuang). Hasil tersebut menunjukkan konstruk dapat diolah dengan full model.

Tabel 9. Hasil *Regression Weights* Faktor Konfirmatori Kontruk Eksogen

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
X4 <--- Brand Image	1.000			
X3 <--- Brand Image	1.524	.195	7.819	0.000 par_1
X2 <--- Brand Image	1.034	.182	5.680	0.000 par_2
X1 <--- Brand Image	1.151	.162	7.108	0.000 par_3
X9 <--- Kualitas_Pelayanan	1.000			
X8 <--- Kualitas_Pelayanan	1.160	.194	5.971	0.000 par_4
X7 <--- Kualitas_Pelayanan	1.129	.182	6.195	0.000 par_5
X6 <--- Kualitas_Pelayanan	.701	.165	4.237	0.000 par_6
X5 <--- Kualitas_Pelayanan	.974	.185	5.275	0.000 par_7

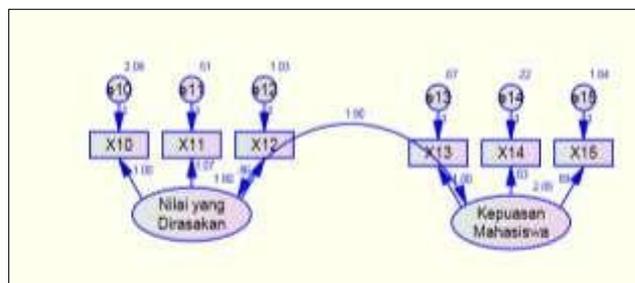
Sumber: data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan hasil pada Tabel 9 di atas, juga terlihat bahwa setiap indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria yaitu nilai *Critical Ratio* (CR) > 1.96 dengan *Probability* (P) lebih kecil dari pada 0,05. Berdasarkan hasil ini, maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten telah menunjukkan uni-dimensionalitas atau kumpulan dimensi konfirmatori faktor terjadi unidimensi antara indikator pembentuk suatu serangkaian yang tidak dapat dipisahkan. Apabila hasil olah data menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima. Secara rinci pengujian hipotesis penelitian akan dibahas

secara bertahap sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan.

Analisis Faktor Konfirmatori Konstruktif Endogen

Analisis faktor konfirmatori konstruktif endogen bertujuan untuk menguji uni dimensionalitas indikator – indikator pembentuk variabel laten (konstruktif) endogen. Variabel-variabel laten atau konstruktif endogen ini terdiri dari 2 *variable* dengan 6 *observed variable* sebagai pembentuknya. Adapun hasil pengujian terhadap faktor konfirmatori konstruktif endogen selanjutnya ditampilkan pada Gambar 4, Tabel 10 dan Tabel 11.



Gambar 4. Analisis Faktor Konfirmatori Konstruktif Endogen
Tabel 10. Hasil Uji Model Faktor Konfirmatori Konstruktif Eksogen

Kriteria	Cut of Value	Hasil	Evaluasi
Chi-Square	χ^2 dengan df : 28; p : 5% = 36,885	32,200	Baik
Probability	$\geq 0,05$	0,058	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,985	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,859	Marginal
TLI	$\geq 0,95$	0,977	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,989	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,085	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,053	Baik

Sumber: data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan hasil pengamatan pada gambar pada grafik analisis faktor konfirmatori pada konstruktif endogen dapat ditunjukkan bahwa model layak diuji pada tahap full model, hal ini ditandai dengan nilai dari hasil perhitungan memenuhi kriteria layak full model.

Hasil perhitungan uji *chi-square* pada konstruktif endogen memperoleh nilai sebesar 5,635 masih dibawah *chi-square* tabel untuk derajat kebebasan 8 pada tingkat signifikan 5 % sebesar 15,507. Nilai

probabilitas sebesar 0,688 yang mana nilai tersebut di atas 0,05, disamping itu kriteria - kriteria yang lain juga terpenuhi (fit). Hasil tersebut menunjukkan bahwa konstruktif endogen memenuhi kriteria model fit (*Goodness of-Fit Indices*). Disamping kriteria diatas observed (indikator) dari konstruktif nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan juga mempunyai nilai (*loading factor*) di atas 0,5 sehingga tidak satupun observed (indikator) yang didrop (dibuang).

Hasil tersebut menunjukkan konstruk dapat diolah dengan full model.

Tabel 11. Hasil *Regression Weights* Faktor Konfirmatori Kontruk Endogen

		Estimate	S.E.	C.R.	P Label
X10	<--- Nilai yang_Dirasakan	1.000			
X11	<--- Nilai yang_Dirasakan	1.068	.140	7.630	0.000 par_1
X12	<--- Nilai yang_Dirasakan	.856	.126	6.771	0.000 par_2
X13	<--- Kepuasan_Mahasiswa	1.000			
X14	<--- Kepuasan_Mahasiswa	.833	.056	14.913	0.000 par_3
X15	<--- Kepuasan_Mahasiswa	.886	.093	9.577	0.000 par_4

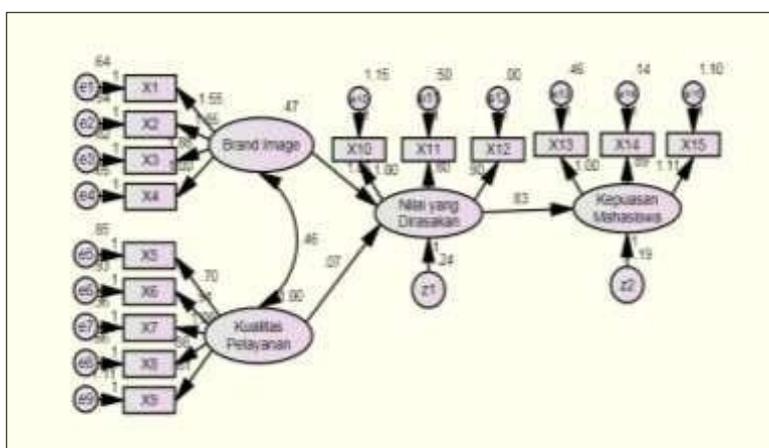
Sumber: data primer yang diolah, 2011

Berdasarkan hasil pada Tabel 11 di atas, juga terlihat bahwa setiap indikator atau dimensi pembentuk masing-masing variabel laten menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria yaitu nilai *Critical Ratio* (CR) >1.96 dengan *Probability* (P) lebih kecil dari pada 0,05. Berdasarkan hasil ini, maka dapat dikatakan bahwa indikator-indikator pembentuk variabel laten telah menunjukkan uni-dimensionalitas atau kumpulan dimensi konfirmatori factor endogen terjadi uni-dimensi antara indikator pembentuk suatu serangkaian yang tidak dapat dipisahkan. Apabila hasil olah data menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka

hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima.

Analisis Structural Equation Model

Analisis selanjutnya adalah analisis *Structural Equation Model* (SEM) secara *Full Model* yang dimaksudkan untuk menguji model dan hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini. Pengujian model dalam *Structural Equation Model* dilakukan dengan dua pengujian, yaitu uji kesesuaian model dan uji signifikansi kausalitas melalui uji koefisien regresi. Hasil pengolahan data untuk analisis SEM terlihat pada Gambar 5, Tabel 12 dan Tabel 13.



Gambar 5. Hasil Uji Structural Equation Model

Tabel 12. Hasil Uji Full Model

Kriteria	Cut of Value	Hasil	Evaluasi
Chi-Square	χ^2 dengan df : 26; p : 5%=108,885	106,958	Baik
Probability	$\geq 0,05$	0,063	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,807	Marginal
AGFI	$\geq 0,90$	0,833	Marginal
TLI	$\geq 0,95$	0,972	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,977	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1,244	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,048	Baik

Sumber: data yang diolah, 2011

Tabel. 13. Hasil *Regression Weights* Analisis *Struktural Equation Modeling*

		Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Nilai yang_Dirasakan	<--- Brand Image	1.846	.458	4.033	0,000 par_12
Nilai yang_Dirasakan	<--- Kualitas_Pelayanan	.074	.198	.374	.709 par_13
Kepuasan_Mahasiswa	<--- Nilai yang_Dirasakan	.826	.125	6.586	0,000 par_3
X13	<--- Kepuasan_Mahasiswa	1.000			
X14	<--- Kepuasan_Mahasiswa	.893	.075	11.910	0,000 par_1
X15	<--- Kepuasan_Mahasiswa	1.109	.147	7.554	0,000 par_2
X4	<--- Brand Image	1.000			
X3	<--- Brand Image	1.880	.328	5.737	0,000 par_4
X2	<--- Brand Image	1.845	.388	4.751	0,000 par_5
X1	<--- Brand Image	1.545	.293	5.274	0,000 par_6
X6	<--- Kualitas_Pelayanan	.913	.145	6.299	0,000 par_7
X7	<--- Kualitas_Pelayanan	1.094	.122	8.961	0,000 par_8
X8	<--- Kualitas_Pelayanan	.877	.155	5.650	0,000 par_9
X9	<--- Kualitas_Pelayanan	.815	.170	4.804	0,000 par_10
X5	<--- Kualitas_Pelayanan	.702	.158	4.442	0,000 par_14
X10	<--- Nilai yang_Dirasakan	1.000			
X11	<--- Nilai yang_Dirasakan	.796	.107	7.463	0,000 par_15
X12	<--- Nilai yang_Dirasakan	.898	.085	10.567	0,000 par_16

Sumber: data yang diolah, 2011

Berdasarkan hasil pengamatan pada gambar analisis full model dapat ditunjukkan bahwa model memenuhi kriteria fit, hal ini ditandai dengan nilai dari hasil perhitungan memenuhi kriteria layak full model. Hasil perhitungan uji *chi-square* pada full model memperoleh nilai *chi-square* sebesar 106,958 masih dibawah *chi-square* tabel untuk derajat kebebasan 86 pada tingkat signifikan 5 % sebesar 108,885. Nilai probabilitas sebesar 0,063 yang mana nilai tersebut diatas 0,05 serta kriteria lain yang sebagian besar memenuhi dengan baik.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa model keseluruhan memenuhi kriteria model fit. Disamping kriteria diatas *observed* (indikator) dari citra merek, kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan adalah valid karena mempunyai nilai diatas 0,5 sehingga tidak satupun *observed* (indikator) yang didrop (dibuang).

Pada Gambar 5 dan Tabel 13 bahwa setiap indikator pembentuk variabel laten menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria yaitu nilai CR diatas 1,96 dengan P lebih kecil dari pada 0,05 dan nilai lambda atau *loading factor* yang lebih besar dari 0,5. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa

indikator-indikator pembentuk variabel laten tersebut secara signifikan merupakan indikator dari faktor-faktor laten yang dibentuk. Dengan demikian, model yang dipakai dalam penelitian ini dapat diterima.

Evaluasi Kriteria *Goodness Of Fit*

Evaluasi goodness of fit dimaksudkan untuk menilai seberapa baik model penelitian yang dikembangkan. Pada tahapan ini kesesuaian model penelitian dievaluasi tingkat *goodness of fit*, namun yang perlu dilakukan sebelumnya adalah mengevaluasi data yang digunakan agar dapat memenuhi kriteria yang disyaratkan oleh SEM.

Evaluasi *Univariate Outlier*

Outlier merupakan observasi dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariat maupun multivariat yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya. Pengujian ada tidaknya *outlier univariate* dilakukan dengan menganalisis nilai *Z score* dari data penelitian yang digunakan. Apabila terdapat nilai *Z score* yang lebih besar $\pm 3,0$ maka akan dikategorikan sebagai *outlier*. Pengujian *univariate outlier* ini menggunakan bantuan program SPSS.

Tabel. 14. Statistik Deskriptif

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(X1)	105	4.59412	-2.45749	2.13663	.0000000	1.0000000
Zscore(X2)	105	5.01045	-2.42683	2.58362	.0000000	1.0000000
Zscore(X3)	105	3.98978	-1.72891	2.26088	.0000000	1.0000000
Zscore(X4)	105	4.77606	-2.49416	2.28189	.0000000	1.0000000
Zscore(X5)	105	4.09676	-2.31760	1.77917	.0000000	1.0000000
Zscore(X6)	105	4.67619	-2.73573	1.94046	.0000000	1.0000000
Zscore(X7)	105	3.49449	-1.27799	2.21651	.0000000	1.0000000
Zscore(X8)	105	4.94680	-2.47004	2.47677	.0000000	1.0000000
Zscore(X9)	105	4.53077	-2.69381	1.83697	.0000000	1.0000000
Zscore(X10)	105	3.63268	-2.16231	1.47037	.0000000	1.0000000
Zscore(X11)	105	3.97868	-2.14091	1.83777	.0000000	1.0000000
Zscore(X12)	105	4.22048	-2.24422	1.97625	.0000000	1.0000000
Zscore(X13)	105	4.34261	-2.12306	2.21956	.0000000	1.0000000
Zscore(X14)	105	4.58380	-2.14638	2.43742	.0000000	1.0000000
Zscore(X15)	105	3.98334	-1.75773	2.22561	.0000000	1.0000000
Valid N (listwise)	105					

Sumber data yang diolah, 2011

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk pengujian ada tidaknya *outlier* ada pada Tabel 14 di atas dapat ditunjukkan bahwa data tidak terjadi problem *outlier univariate*. Pembuktiannya adalah ditandai dengan nilai *Zscore* dibawah 3 atau tidak berada pada rentang 3 sampai dengan 4. Apabila pada data terdapat *outlier univariate* tidak akan dihilangkan dari analisis karena data tersebut menggambarkan keadaan yang sesungguhnya dan tidak ada alasan khusus dari profil responden yang menyebabkan harus dikeluarkan dari analisis tersebut (Ferdinand, 2006)

Evaluasi Multivariate Outlier

Adapun *outliers* dapat dievaluasi dengan dua cara, yaitu analisis terhadap *univariate outliers* dan analisis terhadap *multivariate outliers* (Hair et.al., 1995).

Outlier pada tingkat multivariate dapat dilihat dari jarak *Mahalanobis* (*Mahalanobis Distance*). Perhitungan jarak mahalanobis bisa dilakukan dengan menggunakan program Komputer AMOS 18. Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa jarak *mahalanobis* minimal adalah 5,031 dan maksimal adalah 44,068. Berdasarkan nilai *chi-square* dengan derajat bebas 15 (jumlah indikator variabel) pada tingkat signifikansi 0,01 yaitu 30,578 maka nilai *mahalanobis*

yang melebihi 30,578 pada Tabel *mahalanobis* (Ferdinand, 2005) terdapat *Outlier*. Sehingga disimpulkan terdapat *Outlier* pada pengolahan data ini, yaitu terdapat pada 5 observasi, pada observasi ke 56,76,66,5 dan 96 (lihat teks *out put*).

Terdapatnya *outlier* pada tingkat *multivariate* dalam analisis ini tidak akan dihilangkan dari analisis karena data tersebut menggambarkan keadaan sesungguhnya dan tidak ada alasan khusus dari profil responden yang menyebabkan harus dikeluarkan dari analisis tersebut (Ferdinand, 2005).

Uji Normalitas Data

Asumsi normalitas data harus dipenuhi agar data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan SEM. Normalitas *univariate* dan *multivariate* data yang digunakan dalam analisis ini dapat diuji normalitasnya, seperti yang disajikan dalam Tabel 15.

Pengujian normalitas secara *univariate* ini adalah dengan mengamati nilai *skewness* data yang digunakan, apabila nilai CR pada *skewness* data berada diantara rentang antara + 2,58 pada tingkat signifikansi 0.01, maka data penelitian yang digunakan dapat dikatakan normal. Hasil pengujian normalitas data ditampilkan pada Tabel 5.13. Pengujian normalitas dilakukan

dengan mengamati nilai *skewness* data yang digunakan apakah terdapat nilai CR yang melebihi + 2,58 pada tingkat signifikansi 0,01. Berdasarkan Tabel 4.15 terlihat bahwa tidak terdapat nilai CR yang berada diluar + 2,58. jadi dapat disimpulkan secara *univariate* sudah baik.

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratio* sebesar $\pm 2,58$ pada tingkat signifikansi 0,01 (1%) (Ghozali, 2004), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada data yang menyimpang. Uji normalitas data untuk setiap indikator terbukti normal.

Tabel 15. Normalitas Data Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
X12	3.000	10.000	-.284	-1.187	.086	.180
X11	3.000	10.000	-.280	-1.173	-.043	-.091
X10	3.000	10.000	-.623	-2.606	-.400	-.836
X9	2.000	10.000	-.677	-2.832	.127	.265
X5	1.000	8.000	-.240	-1.004	-.430	-.899
X6	3.000	10.000	-.243	-1.018	.103	.215
X7	2.000	10.000	.313	1.310	.330	.691
X8	1.000	10.000	-.447	-1.871	.498	1.042
X1	2.000	10.000	-.249	-1.040	-.422	-.883
X2	1.000	10.000	-.234	-.980	-.299	-.625
X3	1.000	10.000	-.129	-.542	-.493	-1.032
X4	3.000	10.000	-.650	-2.720	.495	1.035
X15	1.000	10.000	-.039	-.161	-.479	-1.002
X14	2.000	10.000	-.451	-1.889	-.001	-.001
X13	1.000	10.000	-.719	-3.008	.725	1.516
Multivariate					27.044	6.135

Berdasarkan Tabel 15 di atas dapat dilihat bahwa data tersebut tidak ada nilai yang lebih besar dari 2,58, dengan demikian data tersebut terbukti terdistribusi secara normal. Studi Hair, et.al.,(1995, p.644) menyatakan bahwa data yang normal secara *multivariate* pasti normal pula secara *univariate*. Namun sebaliknya, jika secara keseluruhan data normal secara *univariate*, tidak menjamin akan normal pula secara *multivariate*.

Evaluasi atas Multikolinearitas dan Singularitas

Guna melihat apakah pada data penelitian terdapat multikolinearitas (*multicollinearity*) atau singularitas (*singularity*) dalam kombinasi-kombinasi variabel, maka yang perlu diamati adalah determinan dari matriks kovarians sampelnya. Indikasi adanya multikolinearitas dan singularitas menunjukkan bahwa data tidak dapat digunakan untuk penelitian. Adanya *multikolinearitas* dan *singularitas* dapat diketahui melalui nilai determinan matriks

kovarians yang benar-benar kecil, atau mendekati nol (Tabachnick & Fidell, 1998 dalam Ferdinand, 2000). Hasil pengolahan data pada penelitian ini, nilai determinan matriks kovarians sampel sebagai berikut : *Determinant of sample covariance matrix* = 8.658 +003 atau 8.65,8.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai determinan matriks kovarians sampel adalah jauh dari nol. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data penelitian yang digunakan tidak terdapat *multikolinearitas* dan *singularitas*, sehingga data layak untuk digunakan.

Uji Kesesuaian dan Uji Statistik

Pengujian kesesuaian model penelitian digunakan untuk menguji seberapa baik tingkat *goodness of fit* dari model penelitian. Berdasarkan hasil pengujian yang telah tersaji di atas, diketahui dari delapan kriteria yang ada, tujuh diantaranya yang berada pada kondisi baik dan satu (yaitu GFI dan AGFI) masih dalam kondisi marjinal. Dengan hasil ini maka secara keseluruhan dapat

dikatakan bahwa model penelitian memiliki tingkat *goodness of fit* yang baik.

Interpretasi dan Modifikasi Model

Model yang baik memiliki *Standardized Residual Covariance* yang kecil. Angka + 2,58 merupakan batas nilai *standardized residual* yang diperkenankan (Ferdinand, 2006). Hasil *Standardized Residual Covariance* tidak menunjukkan adanya nilai *standardized residual covariance* yang melebihi + 2,58 (Ferdinand, 2006). Hasil ini menunjukkan bahwa data tidak perlu dilakukan modifikasi model terhadap model yang dikembangkan dalam penelitian ini.

Uji Reliability

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang sama. Nilai reliabilitas minimum dari dimensi pembentuk variabel laten yang dapat diterima adalah sebesar 0,70 (Hair et.al, 1995).

Variance Extract

Variance extract menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh

variabel laten yang dikembangkan. Keseluruhan hasil uji reliabilitas dan *variance extract* bahwa tidak terdapat nilai reliabilitas yang lebih kecil dari 0,70. Begitu pula pada uji *variance extract* juga tidak ditemukan nilai yang berada di bawah 0,50. Hasil pengujian ini menunjukkan semua indikator-indikator (*observed*) pada konstruk (citra merek, kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan) yang dipakai sebagai *observed variable* bagi konstruk atau variabel latennya mampu menjelaskan konstruk atau variabel laten yang dibentuknya.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis ini adalah dengan menganalisis nilai *Critical Ratio* (CR) dan nilai *Probability* (P) hasil olah data, dibandingkan dengan batasan statistik yang disyaratkan, yaitu diatas 1.96 untuk nilai CR dan dibawah 0.05 untuk nilai P. Apabila hasil olah data menunjukkan nilai yang memenuhi syarat tersebut, maka hipotesis penelitian yang diajukan dapat diterima. Hasil pengujian hipotesis penelitian dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Hasil Pengujian Hipotesis

	Hipotesis	Nilai CR dan P	Hasil Uji
H ₁	Citra merek berpengaruh positif terhadap nilai yang dirasakan	CR = 2,520 P = 0,012	Diterima
H ₂	Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	CR = 2,785 P = 0,005	Diterima
H ₃	Nilai yang dirasakan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan	CR = 4,671 P = 0,000	Diterima

KESIMPULAN

1. Peningkatan citra merek berpengaruh terhadap peningkatan nilai yang dirasakan. Hasil pengujian melalui alat analisis SEM dapat diketahui bahwa indikator kemudahan dikenal (X4) merupakan indikator yang paling dominan dari citra merek. Hal tersebut bermakna bahwa kemudahan dikenal (X4) dalam menentukan dari nilai yang dirasakan. Semakin masyarakat mudah mengenal Fakultas Teknik Universitas

2. Ibn Khaldun Bogor maka akan menciptakan peningkatan nilai yang dirasakan mahasiswa yang lebih baik.
2. Semakin tinggi kualitas pelayanan, maka akan semakin tinggi nilai yang dirasakan pelanggan. Hasil analisis dengan SEM diketahui bahwa indikator reliability (X8) merupakan indikator yang paling dominan dari kualitas pelayanan. Hal ini memberikan pemahaman bahwa mutu kehandalan (X8) yang di tunjukan kehandalan pelayanan akademidn administrasi

- dengan segera, tepat waktu akurat dan memuaskan akan meningkatkan kualitas nilai yang dirasakan mahasiswa
3. Semakin tinggi nilai yang dirasakan, maka akan semakin tinggi kepuasan mahasiswa. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dengan menggunakan alat analisis SEM dapat diketahui bahwa diantara indikator- indikator lainnya, indikator fakultas teknik mengembangkan rasa kekeluargaan (X10). Ini berarti semakin fakultas pengembangan rasa kekeluargaan, dan dengan tenaga profesional maka nilai yang diterima semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker David A. 1991. *Managing Brand Equity, Capitalizing on the Value of a Brand Name*, The Free Press: New York.
- Asubonteng, P. McCleary, K.J., & Swan, J.E. 1996. "SERVQUAL revisited: a critical review of service quality", *The Journal of Services Marketing* 10 (6), 62-81.
- Ferdinan. 2006. *Structural Equation Modeling dalam Penelitian manajemen*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Harcar, K. and Kucukemiroglu. 2006. "Consumer's Perceived Value and Buying Behavior of Store Brand: An Empirical Investigation", *The Business Review*, Vol. 5 Num. 2, Summer.
- Kolter, P. 2000. *Marketing Management, International Edition*, Prentice-Hall,
- Rusdarti. 2004. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang", *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol. 13, Juli, pp 54-65.
- Saha, Parmita dan Zhao, Yanni. 2005. "Relationship Between Online Service Quality And Customer Satisfaction A study in Internet Banking", *Master Thesis :083 SHU Selnes, Fred, 1993*, "An Examination of the Effect of Product Performance On Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty", *European Journal of Marketing*, Vol.27, No.9.
- Sugiono. 1999. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. ALVABETA, Bandung.