

Analisis Faktor Konfirmatori Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Pendidikan
Confirmatory Factor Analysis of Student Perceptions of the Quality of Education Services
Subandi

Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

**ARTICLES
INFORMATION**

E B B A N K

Vol. 13, No. 1, Juni 2023

Halaman : 01 – 06

© LP3M STIEBBANK

ISSN (online) : 2442 - 4439

ISSN (print) : 2087 - 1406

Keywords :

Academic, Brand Image, Infrastructure, Relation, Servis Quality

JEL classifications :

B21

Contact Author :

subandi@amayogyakarta.ac.id

ABSTRACT

Quality of service is very important for the sustainability of higher education. The purpose of this study is to identify indicators forming the quality of service. The sample used was 150 students. Data analysis technique using Second Order CFA. The results of the CFA analysis of the Relationship dimension have the highest value. For indicators that form service quality, the highest value is the Internationalization indicator.

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi harus lebih meningkatkan pelayanannya karena persaingan yang semakin ketat dan kebutuhan akan sumber daya manusia (SDM) yang baik, akurat, berkualitas, berdaya saing, dan berguna bagi masyarakat. Kepercayaan pada kualitas bergantung pada kepuasan pelanggan. Globalisasi memengaruhi pasar pendidikan tinggi, yang menyebabkan persaingan yang lebih besar untuk menarik mahasiswa sebagai konsumen. Institusi-institusi pendidikan tinggi bersaing untuk mengadopsi strategi berorientasi pasar untuk membedakan diri dari pesaing mereka dan menarik mahasiswa sebanyak mungkin (Gisle, 2015).

Perguruan tinggi harus mampu bersaing dalam memberikan kualitas terbaik kepada siswanya dalam kondisi persaingan yang sangat ketat. Strategi pendidikan tinggi mulai mempertimbangkan hal-hal seperti kualitas pelayanan, kepuasan mahasiswa, dan kesetiaan mahasiswa untuk menjamin keberlangsungan organisasi tersebut (Dennis, 2016). Kualitas layanan sebagai ukuran utama kinerja pendidikan dan strategi utama bagi lembaga pendidikan tinggi sebagai penyedia layanan dapat memberikan kepuasan mahasiswa (Sumaedi 2013).

Justin (2019) menyatakan jenis layanan perguruan tinggi, termasuk sifatnya, hubungannya dengan mahasiswa, permintaan dan penawaran, dan cara memberikan informasi. Menurut Parasuraman (1988) kualitas pelayanan atau *SERVQUAL* terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan: *tangible*, *emphaty*, *reliability*, *respnsiveness*, dan *assurance*. Gronroos (1990) menjelaskan bahwa ada dua dimensi utama kualitas pelayanan yang dipersepsikan pelanggan: kualitas teknik (dimension yang berkaitan dengan hasil) dan kualitas fungsional (dimension yang berkaitan dengan proses).

Ada beberapa cara untuk mengukur kualitas pelayanan di pendidikan tinggi. Abdullah (2006) menciptakan pengukuran kualitas pelayan yang disebut HEDPERF (Performasi Pendidikan Tinggi). Terdiri dari enam faktor: non-akademik, akademik, reputasi, akses, program, dan pemahaman. Teeroovengadum (2019) mengemukakan kualitas layanan pendidikan tinggi disebut HESQUAL, yang mencakup elemen fungsional dan transformasional. Senthilkumar (2011) mengembangkan model pengukuran kualitas pelayanan di perguruan tinggi India yang disebut SQM-HEI. Model ini terdiri dari tiga dimensi: metodologi dan pengajaran, faktor lingkungan perubahan studi, tindakan disipliner, dan hasil pendidikan yang berkualitas. Annamdevula dan Bellamkonda (2016) membuat alat ukur yang disebut HiEduQual (Kualitas Pendidikan Tinggi). Ini terdiri dari enam komponen: kualitas pengajar atau dosen, pelayanan administrasi, fasilitas akademik, infrastruktur kampus, layanan pendukung, dan jaringan kerja sama internasional.

Kualitas pelayanan didefinisikan dalam sejumlah studi empiris sebagai faktor penting pendidikan terutama yang berhubungan dengan kepuasan mahasiswa, seperti yang dilakukan oleh Angela J, (2012); Annamdevula & Bellamkonda (2016); Yamani (2017); Subandi (2021); Siahaan (2021).

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kuantitatif yang bersifat *Confirmatory research*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta sebanyak 150 mahasiswa. Metode survei digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Daftar pertanyaan, atau kuesioner, diberikan kepada mahasiswa sebagai responden Skala pengukuran menggunakan rentang jawaban bernilai 1–10.

Teknik analisis data menggunakan analisis faktor konfirmatori atau CFA yang melibatkan pengukuran dimensi-dimensi yang membentuk variabel laten dalam model penelitian. Tujuan dari tahap ini adalah untuk memverifikasi validitas dimensi-dimensi yang membentuk variabel laten (Subandi, 2021). Salah satu teknik analisis multivariat adalah analisis faktor konfirmasi, yang dapat digunakan untuk memastikan apakah model pengukuran yang dibangun sesuai dengan hipotesis. Peubah laten dianggap sebagai peubah penyebab, atau peubah bebas, yang mendasari peubah-peubah indikator dalam Analisis Faktor Konfirmatori (Ghozali, 2016). Jika konstruk berbentuk unidimensional menggunakan *First Order CFA* dan jika berbentuk multidimensional menggunakan *Second Order CFA*. Untuk melakukan pengukuran model melalui analisis faktor konfirmatori dengan menguji validitas convergent yang dapat dilihat dari nilai loading faktor untuk tiap indikator. Besarnya nilai loading faktor untuk menilai validitas convergent adalah di atas 0,5 (Ghozali, 2015). Pada artikel ini pengukuran menggunakan *Second Order CFA* dengan bantuan *software Smart PLS 3.2.9*.

Analisis *Second Order CFA* dalam artikel ini menggunakan empat dimensi yang membentuk *Service Quality*, yaitu: dimensi *Academic* yang terdiri dari enam indikator, dimensi *brand image* yang terdiri dari tiga indikator, dimensi *infrastructure* terdiri dari tiga indikator dan dimensi *relation* yang terdiri dari tiga indikator.

Tabel 1. Dimensi dan Indikator

Dimensi	Indikator	Kode
Academic	Academic facilities	AF
	Academic aspects	AA
	Teaching Methodology	TM
	Administrative services	AS
	Teacher	T
	Programme issues	PI
Brand Image	Reputation	R
	Access	A
	Image	IM
Infrastructure	Campus infrastructure	CI
	Campus Life	CF
	Campus Environment	CE
Relation	Internationalization	IZ
	Functional service quality	FSQ
	Transformative quality	TQ

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa dengan karakteristik sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden

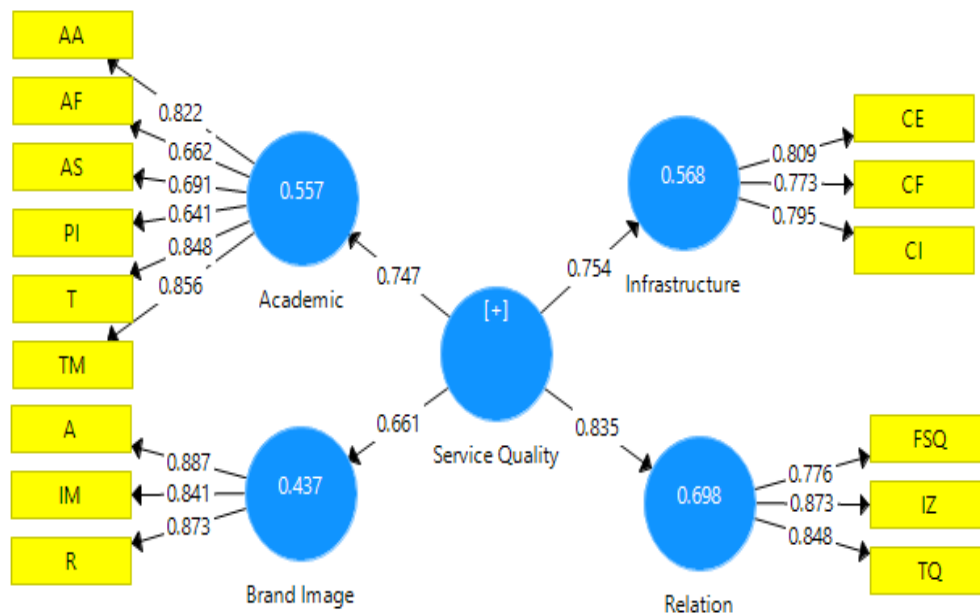
Karakteristik	Kategori	Frekuensi	%
Jenis Kelamin	Perempuan	94	63%
	Laki-Laki	56	37%
Usia	19 Tahun	22	15%
	20 Tahun	53	35%
	21 Tahun	41	27%
	22 Tahun	24	16%
	23 Tahun	7	5%
	24 Tahun	3	2%

Dari data pada tabel 2 diketahui bahwa responden dalam penelitian ini terdiri dari 94 mahasiswa perempuan dan 56 mahasiswa laki-laki. sebagian besar berusia antara 20 sampai 22 tahun.

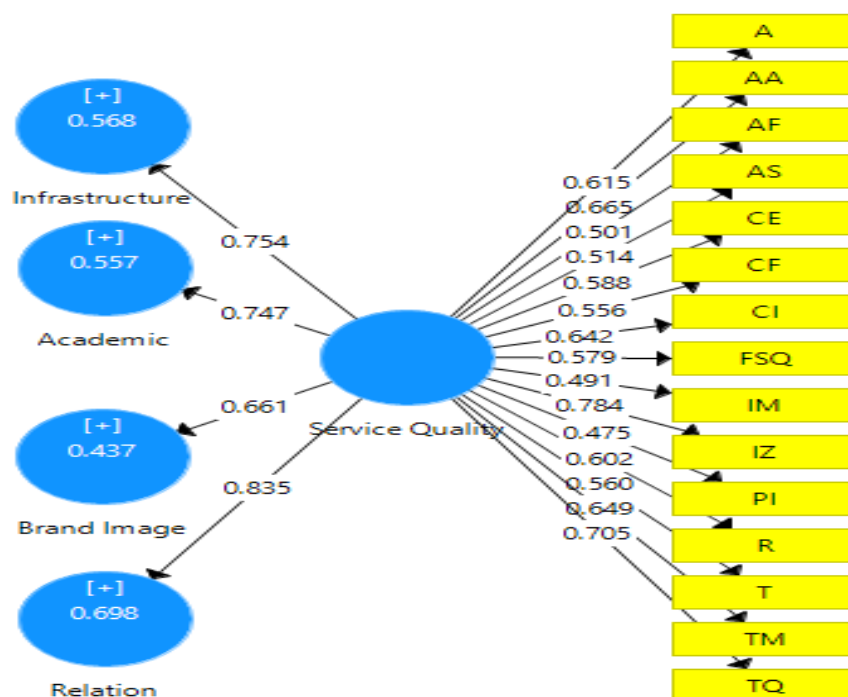
Analisis Faktor Konfirmatori

Hasil pengolahan data untuk analisis faktor konfirmatori konstruk *second order* dalam bentuk gambar adalah sebagai berikut :

Gambar 1. Loading Factor Second Order CFA 1



Gambar 2. Loading Factor Second Order CFA 2



Berdasarkan output PLS pada gambar 1 dapat dilakukan evaluasi untuk mengetahui validitas konvergen dari masing-masing nilai indikator pengamatan. Hasil evaluasi validitas konvergen menunjukkan bahwa semua nilai *loading factor* lebih besar dari 0,50 sehingga semua indikator memenuhi validitas konvergen. Dari hasil tersebut untuk dimensi *academic* indikator yang paling besar nilainya adalah *Teaching Metodology* (TM) dengan nilai 0,856. Dimensi *Brand Image* indikator yang paling besar nilainya adalah *Access* (A) dengan nilai 0,887. Dimensi *Infrastructure* indikator yang paling besar nilainya adalah *Campus infrastructure* (CI) dengan nilai 0,809 dan untuk Dimensi *Relation* indikator yang paling besar nilainya adalah *Internationalization* (IZ) dengan nilai 0,873. Dari empat dimensi yang membentuk *Service Quality*, dimensi *Relation* yang paling tinggi nilainya yaitu 0,835. Dari lima belas indikator, yang paling besar nilainya dalam membentuk *Service Quality* adalah indikator *Internationalization* (IZ) dengan nilai 0,784.

Untuk memastikan tidak ada masalah terkait pengukuran model, maka langkah yang dilakukan adalah menguji unidimensi model dengan menggunakan nilai *composite reliability* dan *alpha cronbach*. Suatu konstruk dapat dikatakan reliabel jika nilai *Composite Reliability* dan *Cronbachs Alpha* > 0,70.. Tabel 3 menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai *Composite Reliability* dan *Cronbachs Alpha* berada di atas 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian reliabel dalam mengukur konstruk.

Tabel 3. Nilai *Composite Reliability* dan *Cronbachs Alpha*

Konstruk	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbachs Alpha</i>
<i>Academic</i>	0,889	0,849
<i>Brand Image</i>	0,901	0,836
<i>Infrastructure</i>	0,835	0,705
<i>Relation</i>	0,872	0,781

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan dengan menggunakan empat dimensi dapat disimpulkan dimensi yang paling besar nilainya dalam membentuk *service quality* adalah dimensi *relation* dengan indikator yang paling besar nilainya yaitu *Internationalization*.

Saran

Kepada pihak perguruan tinggi agar meningkatkan layanan terutama untuk dimensi *brand image* yang memberikan nilai yang paling rendah. Sementara indikator yang perlu ditingkatkan lagi yaitu Programme issues dan image karena masih mempunyai nilai yang rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulah, Firdaus. 2006. The development of HEDPERF: a new measuring instrument of service quality for the higher education sector. *International Journal of Consumer Studies*. Pp 569–581.
- Angela Jiewanto, C. L. 2012. Influence of Service Quality, University Image, and Student Satisfaction toward WOM Intention: A Case Study on Universitas Pelita Harapan Surabaya . *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 16 - 23.
- Annamdevula, S. & Bellamkonda. 2016. Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in Indian universities Development of HiEduQual. *Journal of Modelling in Management* Vol. 11 No. 2, 488-517.
- Dennis, C. P. 2016. The role of Brand attachment strength in higher education. *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 8, 3049-3057.
- Gisle, H. T.E. 2015. The importance of university facilities for student satisfaction at a Norwegian University,. *Facilities*, Vol. 33 Iss 13/14, pp. 744 – 759.
- Gronroos, Christian. .1990. *Services Management and Marketing: A Moment of Truth*. Singapore: Maxwell Macmillan International.
- Imam, Ghazali & Hengky Latan .2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Edisi 2, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, Ghazali .2016. *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM*. Edisi 7, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Justin, Lekini Dieudonne, Sun Jin & Visas Hubert.2019. Effect of International Students' Perceived Service Quality on the Student's Motivation, Satisfaction, Loyalty, and Institutional Image in Higher Education in China. *International Journal of Science and Business*. Volume: 3, Issue: 2 Page: 110-125.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1988. "SERVQUAL: a multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64 No. 1, pp. 12-40.
- Senthilkumar, N., & Arulraj, A. 2011. SQMHEI – determination of service quality measure ment of higher education in India. *Journal of Modelling in Management*, 6(1), 60-78.
- Siahaan, Z. K., & Wening, N. 2021. Analisis Kualitas Pelayanan (Jasa), Kepuasan Mahasiswa, Dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Pada STIE Bisnis Dan Perbankan 2019). *EBBANK*, 11(2), 17-24.
- Subandi, S., & Hamid, M. S. 2021. Student satisfaction, loyalty, and motivation as observed from the service quality. *Journal of Management and Islamic Finance*, 1(1), 136-153.
- Subandi, S. 2021. Analisis Faktor Konfirmatori Dimensi Kualitas Pelayanan (Service Quality). *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi dan Manajemen*, 14(1), 50-60.
- Sumaedi S. & Bakti, I. 2013. An analysis of library customer loyalty – The role of service quality and customer satisfaction, a case study in Indonesia. *Library Management*, 34 (6/7), 397-414.
- Teeroovengadum, V. *et.al* 2019. Higher education service quality, student satisfaction and loyalty Validating the HESQUAL scale and testing an improved structural model. *Quality Assurance in Education*. Emerald Publishing Limited.
- Yamani, M. Laila, RS dan Dahniar .2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Motivasi Dan Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Poltekkes Kemenkes Banjarmasin). *Jurnal Wawasan Manajemen*, Vol. 5, Nomor 2.

----- Halaman in sengaja dikosongkan -----