

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**



**SKRIPSI**

**Nama : Kartika Sari Dewi**

**NIM : 212016095**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN  
CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PADA  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis**

**SKRIPSI**



**Nama : Kartika Sari Dewi**

**NIM : 212016095**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**2020**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk  
dan Citra Merek terhadap Kepuasan Mahasiswa  
Universitas Muhammadiyah Palembang  
Nama : Kartika Sari Dewi  
NIM : 212016095  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal.....2020

Pembimbing I,



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si  
NIDN/NBM: 0216057001/673839

Pembimbing II,



Yudha Mahrom DS, S.E., M.Si  
NIDN: 0221036902

Mengetahui,  
Dekan

u.b Kctua Program Studi Manajemen



Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si  
NIDN/NBM: 0216057001/673839

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kartika Sari Dewi  
NIM : 212016095  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang, Februari 2020

METERAI TEMPEL  
6000  
L. EC7AHF262426515  
Kartika Sari Dewi

## ABSTRAK

### **Kartika Sari Dewi/212016095/2020/Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Muhammadiyah Palembang/Manajemen Pemasaran**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang, adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang, adakah pengaruh citra merek terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang. Tujuannya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang, mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang, dan mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Objek penelitian dilakukan pada Universitas Muhammadiyah Palembang. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang dengan menggunakan teknik *cluster sampling* dengan taraf signifikansi 10%. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* dengan program SmartPLS 3.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang, terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang, terdapat pengaruh citra merek terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Citra Merek, Kepuasan Mahasiswa, Universitas Muhammadiyah Palembang.**

## ABSTRACT

**Kartika Sari Dewi/212016095/2020/The Influence of Service Quality, Product Quality and Brand Image on Student Satisfaction at Universitas Muhammadiyah Palembang / Marketing Management**

*The formulations of the problems in this research were is there any influence of service quality on student satisfaction at Universitas Muhammadiyah Palembang, is there any influence on product quality on student satisfaction at Universitas Muhammadiyah Palembang, and is there any influence of brand image on student satisfaction at Universitas Muhammadiyah Palembang. The goals were to determine the influence of service quality on student satisfaction at the Universitas Muhammadiyah Palembang, to find out the influence of product quality on student satisfaction at the Universitas Muhammadiyah Palembang, and to find out the influence of brand image on student satisfaction at the Universitas Muhammadiyah Palembang. The type of research used was an associative research. The object of research was Universitas Muhammadiyah Palembang. The population of this study was the students of Universitas Muhammadiyah Palembang. The number of sample was 100 students at Universitas Muhammadiyah Palembang chosen by using cluster sampling techniques with a significance level of 10%. The sources of data used in this study were primary data and secondary data. Data collection techniques used was a questionnaire. The analysis technique used was the Partial Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM) with the program SmartPLS 3.0. The results showed that there was an influence of service quality on student satisfaction at the Universitas Muhammadiyah Palembang, there was an influence on product quality on student satisfaction at the Universitas Muhammadiyah Palembang, and there was an influence of brand image on student satisfaction at the Universitas Muhammadiyah Palembang.*

**Keywords:** *service quality, product quality, brand image, student satisfaction, muhammadiyah university of Palembang.*



## PRAKATA



### *Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat-Nya penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Muhammadiyah Palembang” ini dapat penulis selesaikan sebagaimana waktu yang dijadwalkan.

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan banyak pihak, terutama orang tuaku, Ayah (Zulhendri) dan Ibu (Yuli Agustina) yang telah mendidik, membiayai, mendoakan, dan memberikan dukungan kepada penulis dengan tulus dan ikhlas serta adikku (Muhammad Afdal Syafikri dan Ezzar Raditya), ku ucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya. Selain itu ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si dan Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi satu dan Dosen Pembimbing Skripsi dua yang telah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, koreksi serta dorongan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini.

4. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E.,M.Si dan Ibu Diah Isnaini Asiati, S.E., M.M selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Ibu Hj. Zuhriyah, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing akademik di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Bapak Gumulya Sonny Marcel Kusuma, S.E.Ak, M.Si. dan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si. selaku dosen yang telah membantu penulis dalam mengolah data.
7. Seluruh para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan dan kegiatan lainnya.
8. Untuk keluarga besar di Pekanbaru kota kelahiranku, Palembang, Padang, Jambi dan Malaysia yang selalu memberikan semangat dan dukungan dengan sepenuh hati.
9. Sahabat-sahabatku seperjuangan yang selalu memberikan semangat dan dukungan (Putri Islamiyati Sholiha, Yolanda Mella Rossa, Mayang Sari, Zulpa, Yuni Dwina Sari, teman-temanku yang lainnya).
10. Sahabat-sahabatku di Pekanbaru dan Medan.
11. Untuk almamater dan kampus hijau yang selalu dihati.
12. Dan seluruh pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Akhirul kalam dengan segala



kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu.

Penulis menyadari meskipun banyak usaha yang telah dilakukan, akan tetapi skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati demi kesempurnaan nilai skripsi dan untuk penyusunan skripsi selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi pembacanya. Aamiin ya Rabbal Alamin.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Palembang, Februari 2020

Penulis

**Kartika Sari Dewi**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PRAKATA .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>HALAMAN DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>HALAMAN DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	11
D. Manfaat Penelitian .....	11
<b>BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>    HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teori.....	12
B. Penelitian Sebelumnya .....	33

C. KerangkaPemikiran.....	36
D. Hipotesis.....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	38
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Operasionalisasi Variabel.....	40
D. Populasi Dan Sampel .....	41
E. Data Yang Diperlukan.....	44
F. Metode Pengumpulan Data .....	45
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis .....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	54
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	116
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	128
B. Saran .....	129
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>130</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran (*marketing*) menurut Wibowo dan Priansa (2017:108) pemasaran merupakan salah satu fungsi strategis dalam perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, terutama saat persaingan dalam industri yang semakin tinggi. Pemasaran merupakan ujung tombak bagi eksistensi perusahaan dalam jangka panjang, bahkan banyak perusahaan yang gagal dan bangkrut karena gagal dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya secara efektif. Tanpa ada sebuah proses pemasaran, maka pasar tidak akan tahu terhadap produk ataupun jasa yang telah kita buat.

Pemasaran juga sangat diperlukan di dalam dunia pendidikan. Perkembangan dunia pendidikan saat ini semakin dengan bertambahnya perguruan tinggi baik negeri ataupun swasta di Indonesia, menyebabkan persaingan yang ketat. Perubahan pola pikir masyarakat akan pentingnya pendidikan berimbas pada meningkatnya minat masyarakat untuk mengikuti pendidikan tinggi. Pendidikan tinggi dianggap telah menjadi wadah penghasil sumber daya manusia yang bermutu. Sejalan dengan pertumbuhan kebutuhan pendidikan tinggi maka perkembangan perguruan tinggi selalu menjadi perhatian masyarakat. Pada perkembangannya perguruan tinggi tidak hanya dilihat sebagai pusat ilmu pengetahuan, pusat penelitian, dan pusat pengabdian kepada masyarakat, tetapi juga suatu entitas korporat “penghasil ilmu pengetahuan” yang perlu bersaing untuk menjamin kelangsungan hidup.

Perubahan ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta, khususnya pada perguruan swasta. Oleh karena itu perguruan tinggi diharapkan dapat mampu mempertahankan mutu pendidikannya.

Persaingan yang semakin ketat dan tuntutan kebutuhan masyarakat akan kualitas yang berorientasi pada nilai pengguna jasa pada akhirnya menekan perguruan tinggi untuk dapat menanggapinya dengan cepat. Menghadapi kondisi ini hal utama yang harus diprioritaskan oleh perguruan tinggi adalah kepuasan mahasiswa. Kepuasan mahasiswa ditentukan oleh kualitas yang dikehendaki mahasiswa, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perguruan tinggi, yang saat ini dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perguruan tinggi negeri maupun swasta. Maka mengambil analogi konsumen pada dunia bisnis haruslah menjadi pertimbangan mendalam bagi setiap perguruan tinggi untuk dapat memberikan kepuasan bagi mahasiswa sebagai konsumen utamanya.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti pentingnya dari kepuasan pelanggan dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya seperti halnya pada perguruan tinggi. Menurut Kotler & Keller (dalam Fandy Tjiptono 2014:354) bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi

ekspektasi, pelanggan tidak akan puas. Jika melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Menurut Zeithmal dan Bitner (dalam Anang Firmansyah 2018:133) mengemukakan bahwa kepuasan adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian kualitas pelayanan, namun juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas pelayanan atau jasa, kualitas produk, harga, faktor situasi, faktor pribadi. Menurut Kotler dan Keller (dalam Lili Suryati 2015: 80-81) menyatakan bahwa faktor-faktor kepuasan pelanggan dapat dilihat dari *re-purchase* (membeli kembali), menciptakan *word-of-mouth*, menciptakan citra merek, menawarkan ide produk atau jasa untuk perusahaan, dan biaya yang lebih rendah untuk melayani daripada pelanggan baru karena transaksi yang rutin.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan atau jasa. Menurut Zeithmal dan Bitner (dalam Anang Firmansyah 2018:133) kualitas pelayanan atau jasa yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan mencakup beberapa aspek lima dimensi pokok dalam kualitas pelayanan menurut Berry & Parasuraman (dalam Wibowo & Priansa 2017:165) meliputi: bukti langsung (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*).

Menurut Zeithmal dan Bitner (dalam Anang Firmansyah 2018:133) kualitas produk yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka

menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah kualitas produk yang sudah mereka anggap positif. Ada delapan dimensi yang digunakan untuk menilai kualitas barang menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd (dalam Anang Firmansyah 2019:15-16) yaitu: kinerja (*performance*), daya tahan (*durability*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), fitur (*features*), reabilitas (*reability*), estetika (*aesthetics*), kesan kualitas (*perceived quality*).

Menurut Keller (dalam Anang Firmansyah 2019:80) citra merek adalah persepsi konsumen terhadap citra merek produk yang akan dikonsumsi atau dipakai. Ada tiga dimensi *Brand Image* menurut Anang Firmansyah (2019:75), yaitu citra pembuat (*corporate image*), citra pemakai (*user image*), citra produk (*product image*). Kualitas yang diberikan merupakan salah satu faktor yang sangat esensial menciptakan citra merek perguruan tinggi yang positif tetapi juga akan menciptakan kepuasan pelanggan.

Perguruan tinggi swasta merupakan salah satu perguruan tinggi alternatif bagi masyarakat untuk menghadapi peningkatan permintaan masyarakat terhadap kebutuhan pendidikan dewasa ini. Keunggulan-keunggulan perguruan tinggi swasta untuk memberikan kepuasan terhadap Universitas Muhammadiyah Palembang. Mulai dari kualitas pelayanan, kualitas produk maupun citra merek yang telah diberikan kepada mahasiswa.

Universitas Muhammadiyah Palembang adalah perguruan tinggi swasta terbesar bila dilihat dari jumlah mahasiswanya di Sumatera Selatan, hal ini dapat dilihat pada Tabel I.1 berikut ini:

**Tabel I.1**

**Perguruan Tinggi di Palembang Berdasarkan Jumlah Mahasiswa**

No	Nama Perguruan Tinggi	Provinsi	Jenis	Status	Dosen	Mahasiswa
1.	Universitas Sriwijaya	Sumatera Selatan	Negeri	Aktif	1.303	38.714
2.	Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang	Sumatera Selatan	Negeri	Aktif	520	19.877
3.	Universitas Muhammadiyah Palembang	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	410	12.353
4.	Universitas PGRI Palembang	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	354	9.848
5.	Universitas Bina Darma	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	241	8.207
6.	Universitas Sjahayakirti	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	118	6.171
7.	Universitas Tridinanti	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	230	5.947
8.	Universitas Indo Global Mandiri	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	140	2.626
9.	Universitas Tamansiswa	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	90	2.321
10.	Universitas Kader Bangsa	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	139	1.874
11.	Universitas Palembang	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	100	1.766
12.	Universitas IBA	Sumatera Selatan	Swasta	Aktif	60	775

Sumber: forlap.ristekdikti.go.id, Tahun 2019.



Universitas Muhammadiyah Palembang menyadari bahwa persaingan di dunia pendidikan begitu ketat. Selain dari kurikulum yang diperbarui, kualitas pelayanan pun sangat perlu diperhatikan untuk kemajuan pesaing lainnya. Universitas Muhammadiyah merupakan perguruan tinggi swasta di provinsi Sumatera Selatan yang ada dibawah naungan Persyarikatan Muhammadiyah berdiri sejak 15 Juni 1979.

Universitas Muhammadiyah Palembang berorientasi pada pematapan iman dan takwa kepada Allah SWT., serta pengembangan dan penguasaan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni untuk meningkatkan kesejahteraan seluruh rakyat Indonesia. Ini berarti bahwa Universitas Muhammadiyah Palembang berperan serta menunjang pelaksanaan otonomi daerah. Dalam upaya menjadi perguruan tinggi yang unggul, Universitas Muhammadiyah Palembang berpegang pada kekuatan iman dan takwa dalam kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, kinerja yang profesional dipusatkan pada sifat-sifat kesungguhan, keikhlasan, dan ukhuwah islamiyah.

Universitas Muhammadiyah Palembang memusatkan perhatian pada pendidikan yang bermutu sehingga lulusannya mampu memperkuat sumber daya manusia yang berdaya guna dan berhasil guna serta bertakwa. Selain itu, Universitas Muhammadiyah Palembang melakukan penelitian murni dan terapan untuk menemukan teknologi baru yang bermanfaat bagi bangsa dan agama. Hasil penelitian diaplikasikan melalui pengabdian kepada masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

Universitas Muhammadiyah Palembang terakreditasi B berdasarkan keputusan BAN-PT No. 330/SK/BAN-PT/Akred/PT/XII/2018 berlaku selama 5 (lima) tahun sejak 4 Desember 2018 sampai dengan 4 Desember 2023. Universitas Muhammadiyah Palembang memiliki tujuh (7) fakultas didalamnya yaitu Fakultas Teknik, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Pertanian, Fakultas Hukum, Fakultas Agama Islam, dan Fakultas Kedokteran.

Berikut ditampilkan hasil pra-risetyang dilakukan kepada mahasiswa sebanyak 30 responden untuk mengetahui kepuasan mahasiswakuliah di Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP) dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel I.2**  
**Hasil Pra Riset**

No	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
1.	UMP memberikan fasilitas ruang kelas yang lengkap	13	17
2.	Dosen UMP saat mengajar datang tepat waktu	11	19
3.	Pegawai UMP bersedia membantu mahasiswa menghadapi masalah administrasi akademik	10	20
4.	UMP memiliki akreditasi yang baik	19	11
5.	Komunikasi yang baik antara dosen dan mahasiswa UMPalembang	15	15
6.	Dosen UMPalembang memiliki riwayat pendidikan yang tinggi	22	8
7.	UMPalembang mempunyai banyak pilihan program studi yang ditawarkan	17	7
8.	Akses data UMP mudah didapatkan	25	5
9.	UMP yang terkenal di Sumatera Selatan	16	14
10.	Masa studi mahasiswa UMPalembang sesuai dengan yang dipersyaratkan	13	17

Sumber: Hasil Pra-riset, Tahun 2019.

Berdasarkan Tabel I.2 diatas dapat dijelaskan bahwa riset awal tentang kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang sebanyak 30 mahasiswa yaitu:

Kualitas pelayanan yang diberikan Universitas Muhammadiyah Palembang masih bersifat umum. Adapun alasan dari tidak setuju yang lebih banyak dari mahasiswa terhadap kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang berupa fasilitas ruang kelas yang lengkap belum memadai seperti AC yang tidak dingin sehingga mengganggu proses perkuliahan, meja dan kursi banyak yang rusak, proyektor masih ada yang rusak, dan ruang kelas yang sempit atau kecil sehingga membuat mahasiswa tidak nyaman saat dalam proses belajar di dalam ruangan kelas. Adapun alasan mahasiswa mengenai dosen saat mengajar datang tepat waktu dalam kenyataannya masih terdapat dosen yang jarang masuk, sering datang terlambat, bahkan tidak ada kejelasan kehadirannya, pembahasan dosen di dalam kelas terkadang melenceng dari materi perkuliahan sehingga membuat mahasiswa tidak mengerti materi perkuliahan dan potensi menyebabkan ketidakpuasan mahasiswa.

Pegawai bersedia membantu mahasiswa menghadapi masalah administrasi akademik, alasan mahasiswa yang banyak memilih tidak setuju itu dengan alasan saat pengurusan berkas-berkas administrasi yang mereka perlukan membutuhkan waktu yang lumayan cukup lama hingga berminggu-minggu sehingga membuat mahasiswa tidak mendapatkan kepuasan. Universitas Muhammadiyah Palembang memiliki akreditasi yang baik saat ini

sudah terpenuhi karena sebagian besar akreditasi yang diberikan sudah baik oleh pihak Universitas sehingga ada kepuasan tersendiri bagi mahasiswa yang berkuliah di Universitas Muhammadiyah Palembang. Kemudian komunikasi yang baik antara dosen dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah responden menjawab dengan jumlah yang seimbang ada setuju dan tidak setuju artinya komunikasi yang baik antara keduanya harus terjalin dengan baik agar dapat memaksimalkan potensi mahasiswa di perguruan tinggi.

Kualitas produk yang diberikan Universitas Muhammadiyah Palembang seperti dosen yang memiliki riwayat pendidikan yang tinggi, mempunyai banyak program studi yang ditawarkan, akses data mudah didapatkan, dan juga sebagainya. Dosen yang memiliki riwayat pendidikan yang tinggi mahasiswa menyatakan banyak setuju hal ini karena mereka telah merasakan keahlian yang diberikan oleh dosen kepada mahasiswa dengan pengetahuan dan pengalaman. Dengan adanya banyak pilihan program studi yang ditawarkan masih ada juga terdapat program studi yang berakreditasi C yang membuat mahasiswa tidak puas karena akreditasi sangat mempengaruhi untuk digunakan dalam hal dunia kerja. Kemudian akses data Universitas Muhammadiyah Palembang yang mudah didapatkan responden cenderung menyetujui karena untuk mempermudah mahasiswa mendapatkan suatu informasi baik informasi akademik maupun kegiatan lainnya.

Citra Merek yang berhubungan dengan Universitas Muhammadiyah Palembang seperti perguruan tinggi terkenal, masa studi mahasiswa sesuai dengan yang dipersyaratkan, dan sebagainya. Universitas Muhammadiyah

Palembang merupakan perguruan tinggi swasta yang tertua, menjadi salah satu kampus terkenal yang berada di Sumatera Selatan karena sudah dipercayai banyak orang maupun masyarakat disekitarnya, sehingga Universitas Muhammadiyah Palembang dapat bersaing dengan perguruan swasta yang lainnya di Sumatera Selatan. Adapun masa studi mahasiswa sesuai yang dipersyaratkan di perguruan swasta dalam hal ini tergantung pada mahasiswa itu sendiri apabila dia berusaha maka akan lebih cepat dalam menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Palembang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Untuk itu penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Adakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang?

3. Adakah pengaruh citra merek terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Palembang.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi pemasaran.

#### **2. Bagi Almamater**

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang dimiliki topik relatif sama.

#### **3. Bagi Perguruan Tinggi**

Sebagai bahan masukan bagi Perguruan Tinggi untuk memperbaiki menjadi lebih baik sehingga kualitas dan kepuasan mahasiswa meningkat..

## DAFTAR PUSTAKA

- Merek, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Tangerang*. Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Vol. 2 No 18: 121-143.
- Dedek K. Gultonomo, Paham Ginting, dan Beby KF Sembiring. 2014. *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Selatan*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Vol. 14 No. 1: 21-33
- Fandy Tjiptono. 2014. *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Yogyakarta: CV Andi.
- Imam Ghozali dan Hengky Latan. 2015. *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (Edisi Ketiga Belas*. Terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lili Adi Wibowo dan Donni Juni Priansa. 2017. *Manajemen Komunikasi dan Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.
- Lili Suryati. 2015. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- M. Anang Firmansyah. 2018. *Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran*. Surabaya: CV Budi Utama.
- M. Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: CV Qiara Media.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Titim Nurlia. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Mahasiswa Politeknik LP3I Jakarta*. Jurnal Lentera Bisnis Vol. 8 No. 2: 104-119.

Willy Abdillah dan Jogiyanto Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset