

PENGARUH LOKASI DAN BRAND IMAGE SERTA KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PADA MAHASISWA FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS JEMBER

Herliana Irmawati

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
irma@unej.ac.id

Diah Yulisetiari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
diah.yulisetiari2@gmail.com

Deasy Wulandari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
deasywulandarifeuj@gmail.com

Abstract: *The purpose of this study was to examine the effect of location, brand image, and service quality on student satisfaction in Universitas Jember. This was an explanatory research. Data were collected in December 2016. The study population was undergraduate students in the Faculty of Medicines, Universitas Jember. The Faculty of Medicines was selected because it had the largest number of registrants while the quota for the accepted students was very limited. The total number of the Faculty of Medicines' students in 2015/2016 was 85 (eighty five). The sample consisted of 96 (ninety six) respondents because all undergraduate students batch 2015/2016 were used as the sample. Data were analyzed using multiple linear regression.*

Keywords: *Location, Brand Image, Service Quality, and Satisfaction*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh lokasi, *brand image*, dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Jember. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang mana waktu pengumpulan data adalah pada bulan Desember 2016. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa S-1 di Fakultas Kedokteran Universitas Jember. Pemilihan fakultas kedokteran dikarenakan jumlah peminat yang paling banyak sedangkan kuota yang ditampung paling terbatas. Jumlah mahasiswa kedokteran tahun 2015/2016 sebanyak 85 (delapan puluh lima) orang. Jumlah sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 96 (sembilan puluh enam) orang karena seluruh mahasiswa S-1 tahun 2015/2016 menjadi sampel. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Kata Kunci: Lokasi, *Brand Image*, Kualitas Layanan, dan Kepuasan

Pendahuluan

Fenomena perguruan tinggi sebagai komoditi pasar harus direspon secara positif. Respon itu berupa upaya peningkatan kualitas pendidikan agar tidak kalah bersaing dengan perguruan tinggi dari luar negeri. Suatu sistem persaingan yang sempurna, dimana banyak produsen menawarkan barang dan jasa yang sama, maka kunci untuk memenangkan persaingan adalah kualitas, khususnya kualitas pelayanan. Perguruan tinggi mengalami

peningkatan tuntutan masyarakat sebagai salah satu organisasi jasa. Perguruan tinggi dewasa memiliki tuntutan bukan hanya sebatas kemampuan untuk menghasilkan lulusan berkualitas yang diukur secara akademik, melainkan perguruan tinggi harus memiliki pembuktian tentang akuntabilitas yang baik. Tuntutan yang diberikan masyarakat kepada perguruan tinggi meliputi jaminan kualitas (quality assurance), pengendalian kualitas (quality control), dan perbaikan kualitas (quality improvement). Kepuasan pelanggan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain (Lupiyoadi, 2006:24). Loyalitas merupakan tujuan relationship marketing. Menurut Yulisetiari (2007), organisasi perlu mempertahankan kepuasan terhadap kualitas jasa untuk mempertahankan loyalitas.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan antara lain lokasi, brand dan kualitas pelayanan yang diberikan. Faktor lokasi/tempat merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Lokasi suatu bisnis berpengaruh signifikan terhadap biaya operasi perusahaan, harga produk atau jasa dan mempengaruhi daya saing perusahaan (Krajewski, 1996:45). Lokasi perguruan tinggi menentukan kedekatan dan strategis untuk dapat dijangkau oleh mahasiswa yang akan kuliah sehingga dapat mendukung kepuasan mahasiswa terhadap perguruan tinggi tersebut. Yulisetiari (2013) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan adalah brand atau merk. Brand image atau citra merek merupakan serangkaian sifat tangible dan intangible, seperti ide, keyakinan, nilai-nilai, kepentingan, dan fitur yang membuatnya menjadi unik. Sebuah brand image harus mewakili semua karakter internal maupun eksternal yang mampu mempengaruhi pelanggan sesuai dengan target sebuah produk (Hasan, 2013:210).

Kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Yulisetiari (2014) menyatakan bahwa kualitas layanan berhubungan positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Parasuraman et al. (2005:2) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan pelayanan yang diterimanya. Perkembangan Universitas Jember telah menghasilkan nama baik yang dikenal di seluruh wilayah Indonesia sejak berdiri selama 52 tahun. Peminat calon mahasiswa Universitas Jember berasal dari seluruh wilayah Indonesia

Perkembangan mahasiswa baru antara peminat, daya tampung dan mahasiswa yang diterima sangat berbanding terbalik setiap tahun. Peminat calon mahasiswa Universitas Jember mengalami kenaikan sampai jumlah peminat mahasiswa mencapai 93.971 orang selama tahun 2011-2014 tetapi ada penurunan peminat mahasiswa tahun 2015 sebanyak 92.648 orang. Peminat calon mahasiswa Universitas Jember dibandingkan

daya tampung sebesar 8.130. Hal itu menunjukkan Universitas Jember memiliki peminat yang cukup besar di kalangan calon mahasiswa.

Salah satu faktor yang mendukung adanya bertambahnya peminat calon mahasiswa adalah lokasi Universitas Jember. Lokasi Universitas Jember berada di wilayah kampus yang dekat dengan kota. Kampus Universitas Jember berada di kawasan hijau yang ramah lingkungan sehingga memberikan ketenangan dalam melaksanakan kegiatan akademik. Kota Jember berada di antara Kawah Ijen dan Gunung Bromo. Kabupaten Jember dikelilingi perkebunan yang sebagian besar ditanami tembakau, kopi, coklat dan tebu. Lokasi tersebut mendukung mahasiswa melakukan aktivitas kampus dengan nyaman dan mudah dijangkau sarana transportasi manapun.

Penelitian ini dilakukan pada salah satu fakultas yang tengah diminati oleh calon mahasiswa saat ini yaitu Fakultas Kedokteran Universitas Jember yang baru berdiri pada tahun 2002 yang merupakan salah satu fakultas kedokteran terbaik di Indonesia, karena dalam kurun waktu relatif singkat Fakultas Kedokteran Universitas Jember telah meraih akreditasi "A" baik program studi pendidikan kedokteran maupun program studi profesi dokter dari Lembaga Akreditasi Mandiri Perguruan Tinggi Kesehatan Indonesia (LAM PT-Kes) (www.ban-pt-universitas.com, 2016).

Tingginya peminat Fakultas Kedokteran Universitas Jember bisa dilihat dari jumlah peminat untuk masuk program studi di fakultas tersebut dalam Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Besuki Raya (SBMPTBR) Gelombang I. Berdasarkan data Universitas Jember, Fakultas Kedokteran Universitas Jember pilihan favorit untuk kelompok ujian sains dan teknologi dengan jumlah pendaftar 608 peserta. Fakultas Farmasi dengan 286 pendaftar dan Fakultas Kedokteran Gigi dengan 144 pendaftar. Sementara di kelompok ujian sosial humaniora, manajemen berada di urutan pertama sebagai program studi paling diminati dengan 545 pendaftar. Setelah itu, Ilmu Hukum dan Akuntansi masing-masing dengan 344 pendaftar dan 242 pendaftar (www.koran-sindo.com, 2016). Hal ini menjadi dasar pemilihan Fakultas Kedokteran Universitas Jember sebagai objek penelitian dalam meneliti kepuasan mahasiswa.

Tujuan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu: (a) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Jember; (b) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh brand image terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Jember; (c) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Jember; dan (d) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, brand image dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Jember secara simultan.

Metodologi

Rancangan penelitian ini adalah penelitian eksplanatori (explanatory research) yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen terhadap variabel dependen. Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Kedokteran Universitas Jember. Sedangkan waktu pengumpulan data pada bulan November 2016. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa S-1 di Fakultas Kedokteran Universitas Jember tahun 2015/2016 sebanyak 126 orang. Jumlah mahasiswa kedokteran tahun 2015/2016 sebanyak 96 orang. Variabel bebas adalah lokasi (X1) dan brand (X2). Variabel tergantung adalah kepuasan mahasiswa. Metode analisis data menggunakan regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan uji t dan uji F.

Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis regresi linear berganda maka dijelaskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,195 + 0,144X1 + 0,238X2 + 0,144 X3$$

Berdasarkan persamaan tersebut maka dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,195 berarti jika tidak ada variabel independen atau sama dengan nol maka kepuasan mahasiswa sebesar 0,195.
2. variabel lokasi (X1) mempunyai koefisien regresi b1 sebesar 0,144; Hal ini berarti apabila variabel brand image (X2), kualitas layanan (X3) tetap, maka lokasi yang semakin baik akan meningkatkan kepuasan mahasiswa;
3. variabel brand image (X2) mempunyai koefisien regresi b2 sebesar 0,238. Hal ini berarti apabila variabel lokasi (X1), kualitas layanan (X3), dan) tetap, maka peningkatan brand image meningkatkan meningkatkan kepuasan mahasiswa;
4. variabel kualitas layanan (X3) mempunyai koefisien regresi b3 sebesar 0,014. Hal ini berarti apabila variabel lokasi (X1), brand image (X2) tetap, maka peningkatan kualitas layanan akan meningkatkan meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Hasil analisis regresi berganda adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi, brand image dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis maka semua variabel lokasi, brand image dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan analisis data yang ditunjukkan diketahui F hitung sebesar 11,406 dan F tabel $\alpha(k)(n-k-1)$ maka F tabel (0,05 : 5: 96) dengan signifikansi 5% diperoleh sebesar 2,49. Hasil ini menunjukkan bahwa F hitung > F tabel (11,406 > 2,49) maka menolak H_0 dan menerima H_a artinya secara simultan lokasi, brand image dan kualitas layanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Jember.

Berdasarkan nilai koefisien determinasi berganda, hasil analisis menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel independen lokasi, brand image dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan dilihat dari nilai Adjusted R Square (R^2) menunjukkan presentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, dimana semakin mendekati nilai 1 maka semakin besar pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dapat diketahui nilai Adjusted R Square (R^2) sebesar 0,647. Hal tersebut menunjukkan bahwa 64,7% variabel kepuasan dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu lokasi, brand image dan kualitas layanan. Sedangkan sisanya 36,38% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan.

Berdasarkan hasil pengujian model yang dibuat untuk studi ini (evaluasi model dengan data) yang di hasilkan sehingga model yang di bangun layak digunakan untuk menguji hipotesis kemudian diperoleh hasil uji hipotesis.

Pengaruh Lokasi (Place) Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Lokasi/tempat merupakan salah satu faktor krusial yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial penyedia jasa. Hasil pengujian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Semakin strategis lokasi universitas maka kepuasan mahasiswa akan semakin tinggi karena akses universitas dapat terjangkau.

Lokasi merupakan salah satu faktor penting dalam mempengaruhi mahasiswa untuk datang ke Fakultas Kedokteran Universitas Jember. Lokasi Universitas Jember. Lokasi tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Lokasi Fakultas Kedokteran Universitas Jember berada di jalan Mastrip dan termasuk daerah yang ramai dengan segala aspek bisnis yang menjadi fasilitas seperti pertokoan, rumah makan dan bisnis lain.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Yulisetiari (2013) menemukan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil pengujian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadinya proses perkuliahan. Apabila pelanggan merasa puas, maka mahasiswa akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk merekomendasikan fakultas ke orang lain. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Proses itu akan terus berulang sampai mahasiswa merasa terpuaskan atas keputusan mahasiswa produknya.

Brand image yang dilakukan universitas akan menciptakan suatu penilaian tersendiri pada pikiran mahasiswa sehingga penilaian mahasiswa terhadap brand image fakultas secara langsung maupun tidak langsung akan menciptakan image terhadap suatu jasa. Aktivitas brand image merupakan usaha pemasaran yang memberikan berbagai upaya intensif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa. Seluruh kegiatan brand image bertujuan untuk mempengaruhi perilaku mahasiswa, tetapi tujuan brand image yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan kembali mahasiswa terhadap sebuah produk atau jasa.

Brand image dilakukan karena banyaknya usaha-usaha universitas membuat persaingan menjadi sangat ketat, sehingga membuat para pelaku bisnis menentukan harga agar dapat bisa merangkul mahasiswanya. Pihak universitas sendiri memberikan harga yang kompetitif dan terjangkau bagi mahasiswa. Brand image yang dilakukan oleh pihak Universitas Jember, di antaranya adalah media cetak, membuat banner dan suatu even agar dapat lebih di kenal oleh mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa Universitas Jember kompetitif di dalam bisnisnya.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Kualitas Layanan merupakan salah satu faktor pembentuk persepsi kepuasan konsumen. Kotler (2000:122) menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu jasa dengan harapannya. Kepuasan adalah semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani, bukan hanya nyaman karena dibayangkan atau diharapkan.

Hasil pengujian koefisien regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen adalah terbukti (diterima). Hal itu menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Kualitas layanan dapat diukur dengan melihat merek, harga, kualitas dan kemasan yang nantinya akan menjadi penilaian bagi konsumen sehingga akan menimbulkan kepuasan. Kualitas layanan dapat diukur dengan melihat bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang nantinya akan menjadi penilaian bagi konsumen sehingga akan menimbulkan kepuasan.

Berdasarkan karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden mahasiswa berusia muda dan berstatus pekerjaan sebagai mahasiswa/pelajar. Konsumen yang memiliki karakteristik tersebut merupakan konsumen yang cenderung

memiliki harapan yang tinggi tentang kualitas layanan yang baik terutama Fakultas Kedokteran Universitas Jember untuk memperoleh ilmu.

Berdasarkan penilaian responden dan alasan tentang indikator kualitas layanan maka dapat dikatakan bahwa kualitas layanan memiliki penilaian yang baik dari konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen. Penciptaan konsumen yang puas dimulai dari penciptaan kualitas layanan yang baik, dan akhirnya konsumen akan merasakan rasa puas setelah menggunakan suatu jasa. Selain itu, hasil ini konsisten dengan penelitian Yasa (2011) dan Yulisetiari (2014) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas layanan maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Pengaruh Lokasi, Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil pengujian koefisien regresi menunjukkan bahwa lokasi, brand image dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut maka keempat yang menyatakan bahwa lokasi, brand image dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen secara simultan adalah terbukti (diterima). Hal itu menunjukkan bahwa semakin baik lokasi, brand image dan kualitas layanan maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Berdasarkan penilaian responden dan alasan tentang indikator lokasi, brand image dan kualitas layanan maka dapat dikatakan bahwa lokasi, brand image dan kualitas layanan memiliki penilaian yang baik dari konsumen akan meningkatkan kepuasan konsumen. Penciptaan konsumen yang puas dimulai dari penciptaan lokasi, brand image dan kualitas layanan yang baik, dan akhirnya konsumen akan merasakan rasa puas setelah menggunakan suatu jasa. Selain itu, hasil ini konsisten dengan penelitian Yasa (2011) dan Yulisetiari (2014) menyatakan bahwa lokasi, brand image dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Variabel lokasi/tempat berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Jember. Semakin mudah lokasi/tempat universitas yang diberikan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat.
- b. Variabel brand image berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Jember. Semakin menarik brand image universitas yang diberikan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat.

- c. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Jember. Semakin baik kualitas layanan universitas yang diberikan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat.
- d. Variabel lokasi, brand image dan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Jember. Semakin baik lokasi, brand image dan kualitas layanan universitas yang diberikan maka kepuasan mahasiswa akan meningkat

Saran

Berdasarkan kesimpulan data hasil penelitian yang telah dilakukan sehingga dapat diberikan saran kepada pihak manajemen universitas yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan lokasi, brand image dan kualitas layanan dalam upaya membangun kepuasan mahasiswa.

- a. Sebaiknya pihak manajemen dapat mempertahankan lokasi, brand image dan kualitas layanan dengan tetap memberikan perhatian kepada para mahasiswa walaupun sesibuk apapun pengelola tersebut. Mahasiswa akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan oleh pihak pengelola universitas sesuai dengan harapan mahasiswa.
- b. Universitas hendaknya melakukan efisiensi pada beberapa faktor lokasi, brand image dan kualitas layanan yang dianggap penting oleh mahasiswa, sehingga kurang berpengaruh dalam upaya memberikan keputusan pada mahasiswa, dan pengelola juga harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat menarik mahasiswa.
- c. Sebagai informasi tambahan dari peneliti bahwa hal yang seharusnya menjadi prioritas perhatian oleh pihak manajemen yaitu untuk merealisasikan kepuasan mahasiswa seluruh mahasiswa supaya bisa mempertahankannya, baik melalui perencanaan, implementasi dan pengendalian program khusus.

Daftar Referensi

- Hasan, Ali. 2013. Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan, Yogyakarta. CAPS.
- Huda, Samsul dan Farida, Ida. 2012. Pengaruh Pelayanan, Promosi dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Toko Elektronik di Pati. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Volume 7 No. 3 Hal. 1-15.
- Krajewski, 1996. Operations Management Strategy and Analysis. New York. Hill Prentice.
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. Manajemen pemasaran Jasa. Jakarta . Salemba Empat
- Parasuraman A., Zeithaml V.A., Malholtra.A., 2005. SERVQUAL. A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. Journal of Service

Research.Vol. 7, No. X, Month 2005 1-21.

Subagio, Muhiarjo. 2009. Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggannya. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Vol V, No.02. Semarang. Lembaga Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Yasa, Adi. 2011. Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan. Tesis Fakultas Ekonomi. Universitas Jember.

Yulisetiari, Diah. 2007. Pengaruh Persepsi Pasien Terhadap Loyalitas dengan Variabel Perantara Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit. *Bisma Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol. 1, No. 1 April 7 Hal. 64 – 75

Yulisetiari, Diah. 2013. The Role of Service, Price, Promotion, Place, and Comfort on Customer Satisfaction and Switching Intention In Minimarket At Jember Regency. *International Research Journal of Finance Economics Issue 114*. http://www.internationalresearchjournaloffinanceandconomics.com/ISSUES/IRJFE_Issue_114.htm.

Yulisetiari, Diah. 2014. The Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Restaurant Business in East Java. *International Journal of Business and Management Invention* ISSN (Online). 2319 – 8028, ISSN (Print). 2319 – 801X www.ijbmi.org Volume 3 Issue 5ll May. 2014 ll PP. 01-10