

ANALYSIS DETERMINANT OF STUDENT SATISFACTION AND LOYALTY**Bambang¹, Yanti Mayasari Ginting², Sudarno³, Yusnita Octafilia Theresia A Yesu Infante⁴**^{1,2,3&4}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita IndonesiaEmail: yanti.mayasari@lecturer.pelitaindonesia.ac.id**ABSTRACT**

The aims of this discussion was to analyze the influence of service quality, institutional image, and learning methods toward satisfaction and loyalty of students at SMA Dharma Loka Pekanbaru. The research population were all students of SMA Dharma Loka Pekanbaru. The sample size used in this research were 249 respondents. The research instrument used e-questionnaire by using the google form application. Analysis of the data using descriptive analysis and Structural Equation Analysis (SEM) with AMOS software. According to the findings of this study the services quality have a significant influence toward student satisfaction, the institutional image have a significant influence toward student satisfaction, learning methods have no significant influence toward student satisfaction, services quality has no significant influence toward student loyalty, the image of the institution has no significant influence toward student loyalty, learning methods have a significant influence toward loyalty, student satisfaction has no significant influence toward loyalty. Further research is needed into the school's binding promotion role, and also an examination of the satisfaction of school website users as a communication hub for all stakeholders.

Keywords: Service Quality; Institutional Image; Learning Methods; Satisfaction; Loyalty**ANALISIS DETERMINAN KEPUASAN DAN LOYALITAS SISWA****ABSTRAK**

Tujuan dari pembahasan ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*), citra kelembagaan (*institutional image*), dan metode pembelajaran (*learning method*) terhadap kepuasan (*satisfaction*) dan loyalitas (*loyalty*) siswa di SMA Dharma Loka Pekanbaru. Populasi penelitian ini adalah seluruh siswa SMA Dharma Loka Pekanbaru. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 249 responden. Instrumen penelitian menggunakan *e-questionnaire* dengan menggunakan aplikasi google form. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan *Structural Equation Analysis* (SEM) dengan software AMOS. Berdasarkan hasil penelitian ini kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, citra institusional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, metode pembelajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa, citra institusi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa, metode pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, kepuasan mahasiswa tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Diperlukan penelitian lebih lanjut tentang peran promosi mengikat (*binding promotion*) dari sekolah, serta pengujian kepuasan pengguna situs web sekolah sebagai pusat komunikasi bagi semua pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan; Citra Institusi; Metode Pembelajaran; Kepuasan; Loyalitas

PENDAHULUAN

Layanan pendidikan bersifat dinamis dan selalu berkembang sesuai dengan kebutuhan konsumen pada eranya. Pemerintah Indonesia terus berupaya meningkatkan kualitas pendidikan di tanah air agar tidak tertinggal dari negara lain. Seperti mendirikan sekolah baru, menyediakan sarana dan prasarana sekolah serta meningkatkan kualitas pendidik dan siswa.

Peran utama lembaga pendidikan adalah memberikan pelayanan di bidang pendidikan. Seiring dengan perkembangan dan dinamika situasi saat ini, lembaga pendidikan harus mampu beradaptasi dengan perubahan. Aspek yang mendorong perubahan adalah permintaan konsumen akan kualitas. Berbagai upaya dilakukan untuk meningkatkan kemampuan bersaing dan memenuhi tuntutan kualitas yang diinginkan konsumen. Perhatian institusi terhadap kualitas telah meningkat. Paradigma kualitas telah bergeser, yang sebelumnya kualitas lebih banyak ditentukan oleh produsen, kini kualitas lebih disesuaikan dengan kebutuhan konsumen.

Harapan masyarakat merupakan tujuan utama dari fungsi pelayanan publik yang harus ditingkatkan, baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Dalam konteks lembaga pendidikan, kepuasan pemangku kepentingan utamanya, siswa dan orang tua, sangat penting. Menurut Osman & Saputra (2019), SMA sekarang lebih mementingkan pentingnya keputusan orang tua siswa. Keputusan dari orang tua siswa dianggap sebagai instrumen dalam menilai kualitas layanan lembaga pendidikan.

Secara persentase, jumlah siswa yang tidak menyelesaikan pendidikan di SMA Dharma Loka pada tahun 2018 sebesar 4,9%, pada tahun 2019 sebesar 5,3% dan pada tahun 2020 sebesar 3,7%. Dalam lima tahun terakhir, jumlah lulusan SMP Dharma Loka yang memilih SMA Dharma Loka sebagai tempat melanjutkan pendidikan mengalami penurunan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap tahun ajaran siswa akan mengalami penurunan untuk masuk ke SMA Dharma Loka. Berdasarkan beberapa fenomena tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan siswa terhadap pelayanan, citra kelembagaan dan metode pembelajaran di SMA Dharma Loka perlu mendapat perhatian.

Penelitian oleh Teeroovengadum et al. (2019) mengungkapkan bahwa kepuasan siswa dipengaruhi oleh kualitas layanan teknis, citra dan nilai yang dirasakan, tetapi tidak oleh kualitas layanan fungsional. Penelitian ini menggunakan ukuran kualitas layanan yang komprehensif dan mengungkapkan bahwa penting untuk mempertimbangkan kualitas layanan fungsional sebagai model tingkat tinggi dan membedakan dengan jelas antara kualitas fungsional dan teknis, karena aspek teknis dan fungsional memainkan peran penting dalam membentuk persepsi siswa. dan perilaku.

Menurut Temizer & Turkyilmaz (2012) Kepuasan siswa dievaluasi dari berbagai aspek, seperti citra merek sekolah, harapan yang terpenuhi, kualitas yang dirasakan, nilai yang dirasakan, kepuasan keseluruhan dan tingkat loyalitas siswa. Hasil penelitian ini memberikan informasi strategis yang berharga bagi manajer dan peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mahasiswa. Berdasarkan hasil ini, untuk kepuasan dan loyalitas siswa yang lebih tinggi, manajer harus fokus pada kualitas produk dan layanan yang mereka berikan serta citra institusi dari sudut pandang siswa. Lunarindiah (2016) menemukan bahwa yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mahasiswa adalah citra institusi dan kualitas pelayanan serta metode pembelajaran yang dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa terhadap institusi pendidikan. Kepuasan mahasiswa yang tinggi akan berdampak pada loyalitas mahasiswa dimana semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa maka semakin tinggi pula loyalitas mahasiswa dan sebaliknya Africia et al. (2017). Maka penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan akademik, citra institusi, dan metode pembelajaran terhadap kepuasan dan loyalitas siswa di SMA Dharma Loka Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan merupakan kesesuaian antara persepsi konsumen terhadap jasa yang ditawarkan perusahaan dengan harapan mereka terhadap perusahaan yang menawarkan jasa tersebut (Sayani, 2015). Konsep kualitas pelayanan dikemukakan oleh Parasuraman et al. (1988) dalam Asongu & Nwachukwu (2018) terdapat lima dimensi kualitas layanan yang terdiri dari *tangibility*, *responsiveness*, *reliability*, empati dan *assurance* yang masih sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan. Kualitas layanan disimpulkan sebagai perbandingan antara persepsi pelanggan dan harapan kinerja pemasaran perusahaan.

Citra Kelembagaan (*Image of Educational Institutions*)

Citra dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai suatu bentuk, gambaran yang dimiliki banyak orang tentang seseorang, perusahaan, organisasi, atau produk (Poerwadarminta, 2006). Menurut Philip Kotler, citra adalah “citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang mengenai suatu objek yang sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut”. Menurut Alma (2005) citra adalah kesan, perasaan atau konsepsi yang ada pada masyarakat mengenai suatu objek, orang atau suatu institusi. Citra terbentuk dari bagaimana lembaga atau perusahaan menjalankan operasionalnya yang memiliki landasan utama dalam hal pelayanan. Citra institusi dapat disimpulkan sebagai gambaran atau persepsi keseluruhan dari organisasi atau institusi berdasarkan informasi yang diyakini.

Metode Pembelajaran (*Learning Method*)

Wena (2011) menjelaskan bahwa metode pembelajaran adalah menerapkan ilmu yang dimiliki dosen/guru secara kreatif dalam rangka mengajar mahasiswa secara kreatif dan inovatif. Menurut Hamdani (2011) menyatakan bahwa metode pembelajaran adalah suatu proses dimana guru berusaha mengembangkan potensi edukatif siswa agar mendapatkan hasil yang positif dari mata pelajaran yang dipelajari. Metode pembelajaran yang baik adalah belajar lebih banyak melalui proses kepada siswa, tidak hanya melalui hasil akhir. Ada beberapa metode pembelajaran menurut Danim (2008), yaitu: (1) metode diskusi, (2) metode ceramah, (3) metode field trip (kunjungan perusahaan), (4) metode seminar (sosialisasi).

Kepuasan Siswa (*Student Satisfaction*)

Terminologi kepuasan berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai “usaha untuk memenuhi sesuatu” atau “membuat sesuatu”. Dalam studi literatur kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Giese dan Cote (2000) dalam (Tjiptono & Chandra, 2011) kepuasan pelanggan adalah (1) kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif); (2) tanggapan menyangkut fokus tertentu (harapan, produk, pengalaman konsumsi, dll); dan (3) respon terjadi dalam jangka waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan sebagainya). Secara sederhana, kepuasan terdiri dari tiga komponen dan respon melibatkan solusi tertentu yang ditentukan pada waktu tertentu. Arti kepuasan menurut Kotler, sebagaimana dikutip oleh Tjiptono & Chandra (2012) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan suatu produk dalam hubungannya dengan harapannya.

Dari beberapa pendapat tersebut jika dikaitkan dengan pendidikan maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan adalah evaluasi pelanggan dalam hal ini siswa dalam membandingkan harapannya dengan pelayanan pendidikan yang diterima.

Loyalitas Siswa (*Student Loyalty*)

Menurut Kotler (2002) loyalitas pelanggan akan meningkat ketika pelanggan merasa puas setelah melakukan pembelian. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator penting dalam menentukan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan akan terjadi jika produk yang dipilih melebihi harapan pelanggan atau setidaknya memenuhi keinginan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan akan terjadi jika produk yang dipilih tidak memenuhi harapan pelanggan (Lupiyoadi, R., & Hamdani, A., 2009).

Sedangkan menurut Schiffman & Kanuk (2010) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah pilihan atau pembelian yang konsisten terhadap merek yang sama yang dilakukan oleh konsumen untuk produk tertentu. Pride & Ferrel (2012) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah perilaku positif terhadap suatu produk yang mendorong konsumen untuk terus membeli produk tersebut ketika mereka membutuhkan produk dalam kategori tersebut. Loyalitas pelanggan sangat tergantung pada kepuasan pelanggan. Semakin puas seorang konsumen terhadap suatu produk, maka semakin loyal konsumen tersebut. Konsumen yang loyal adalah konsumen yang mengatakan bahwa mereka menyukai merek tersebut dan kemudian menggunakannya. Loyalitas merek akan berujung pada munculnya komitmen merek, yaitu kedekatan emosional dan psikologis konsumen terhadap suatu produk (Sudaryono, 2016). Dari berbagai pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu sikap yang mendorong konsumen untuk membeli suatu produk secara berulang-ulang dengan menggunakan perasaan yang sesuai dengan yang diinginkannya, terutama membeli secara terus menerus dengan sikap yang konsisten untuk membeli produk yang dibutuhkan.

Pengembangan Hipotesis

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Pelanggan akan merasa puas jika suatu perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik. Ketika seorang pelanggan puas dengan suatu produk atau layanan, mereka akan membandingkan layanan yang tersedia. Pelanggan yang puas akan membeli kembali dan merujuk orang lain untuk menggunakan layanan di lokasi yang sama jika mereka puas. Perubahan kualitas layanan telah ditunjukkan dalam penelitian sebelumnya memiliki dampak yang menguntungkan pada kepuasan mahasiswa (Ali & Abdullah, 2018; Dora, 2017; Lunarindiah, 2016; Subrahmanyam & Raja Shekhar, 2016). Tingkat kepuasan mahasiswa akan meningkat jika lembaga atau lembaga pendidikan meningkatkan kualitas sajian akademik. Menurut penelitian (Shahsavari & Sudzina, 2017) tentang pengaruh kualitas layanan dan loyalitas terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa, kualitas layanan memiliki dampak yang menguntungkan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. Dalam model penelitian yang diajukan oleh Cheng et al. (2008) menyatukan dua konstruk dan saran yang satu dengan yang lainnya, dimana kualitas pelayanan merupakan pembentuk kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menciptakan kepuasan pelanggan. Jadi hipotesis penelitian ini:

Hipotesis 1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Citra Kelembagaan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Citra institusi merupakan representasi dari persepsi dan konsep publik yang secara umum penting untuk membantu perusahaan dalam merancang langkah-langkah strategis institusi untuk memposisikan diri di benak publik (Jiewanto et al., 2012). Penelitian sebelumnya menemukan bahwa citra institusi pendidikan akan berpengaruh positif terhadap kepuasan siswa (Ali, 2016; Lunarindiah, 2016; Mohd Thas Thaker et al., 2016; Ali & Abdullah, 2018). Sangat penting bagi suatu lembaga untuk memiliki citra yang baik, untuk itu organisasi harus mampu mengembangkan citra yang sesuai dengan posisi yang direncanakan lembaga. Zameer et al., (2015) mengungkapkan bahwa peningkatan citra perusahaan akan berdampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. Kim et al., (2016) mengungkapkan bahwa citra perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang kemudian menghasilkan loyalitas pelanggan. Dari beberapa temuan penelitian terungkap hubungan citra perusahaan terhadap kepuasan. Memposisikan institusi dengan baik merupakan hal penting dalam membangun citra perusahaan. Hipotesis dari penjelasan di atas adalah:

Hipotesis 2: Citra institusional berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Metode Pembelajaran Menuju Kepuasan Siswa

Metode pembelajaran sekolah yang berkualitas dapat memberikan kepuasan siswa. Metode pembelajaran dan kepuasan siswa dipengaruhi oleh model pembelajaran yang diterapkan oleh pendidik. Lunarindiah (2018) mengungkapkan bahwa ada hubungan positif antara metode pembelajaran dengan kepuasan siswa. Lebih lanjut Dora (2017) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas pendidikan dan metode pembelajaran memiliki hubungan positif terhadap kepuasan siswa. Wahyuningsih (2018) mengungkapkan bahwa pembelajaran berpengaruh positif terhadap kepuasan siswa. Namun penelitian Djudin (2018) mengungkapkan bahwa tidak terdapat interaksi yang signifikan antara pengaruh metode pengajaran dan program perkuliahan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa.

Metode pembelajaran institusional formal dapat dibagi menjadi beberapa jenis antara lain field trip, talk stick, simulasi, discovery learning, brainstorming, diskusi, pembelajaran di luar kelas (Afandi et al., 2013). SMA Dharma Loka sebagai lembaga pendidikan formal telah menerapkan berbagai metode pembelajaran dengan tujuan untuk memberikan pelayanan dan kepuasan kepada siswa. hal ini terlihat dari RPP dan silabus yang disusun oleh pendidik, program studi banding, pemberian praktikum laboratorium, simulasi dan diskusi dalam pembelajaran. Berdasarkan penelitian ini, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 3: Metode pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa.

Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Mahasiswa

Kualitas layanan sekolah secara keseluruhan dapat dinilai secara objektif dari sudut pandang siswa. Hal ini memberikan ruang bagi siswa untuk membantu sekolah menentukan sarana dan prasarana yang akan mendukung kualitas layanan sekolah yang sesuai dengan target pasarnya. Konsumen selalu berharap untuk mendapatkan pelayanan yang maksimal dari penyedia jasa, dalam hal ini mereka ingin diperlakukan secara profesional dan mendapatkan sesuatu sesuai dengan yang mereka harapkan. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan loyalitas sebagai komitmen yang dipegang teguh untuk membeli atau mendukung kembali produk atau layanan yang disukai di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Lebih lanjut Mujahidin, A., Zuhriah, F., Khoiraningrum, I. (2018) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas mahasiswa. Temuan serupa juga disampaikan oleh Africia et al. (2017) yang mengungkapkan bahwa persepsi kualitas positif akan menciptakan kepuasan dan loyalitas siswa. Lunarindiah (2018) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Penelitian lain menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa (Rinala, I. N., Yudana, I. M., & Natajaya, I. N., 2013; Chandra et al., 2019). Maka berdasarkan penelitian ini, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 4: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Citra Kelembagaan terhadap Loyalitas Mahasiswa

Citra institusi dianggap lebih penting daripada kualitas pelayanan dalam memberikan kepuasan kepada mahasiswa (Kotler & Keller, 2016). Citra institusional memiliki pengaruh yang kuat dalam meningkatkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Arwanda, N.O.D., Hartoyo. H., & Hartoyo. S. (2013) mengungkapkan bahwa citra universitas berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa. Chandra dkk. (2019) mengungkapkan bahwa citra universitas yang lebih baik akan meningkatkan loyalitas mahasiswa. Ainna (2016) mengungkapkan bahwa ada pengaruh langsung citra sekolah terhadap loyalitas. Temuan lain oleh Mulyana & Ayuni (2016) mengungkapkan bahwa citra institusi memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap loyalitas daripada kepuasan. Maka berdasarkan pembahasan penelitian di atas, maka hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 5: Citra institusional berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Metode Pembelajaran Menuju Loyalitas Siswa

Metode pembelajaran yang berkualitas di sekolah akan mempengaruhi loyalitas siswa. Menerapkan metode pembelajaran yang baik akan memberikan kepuasan dan meningkatkan loyalitas siswa. Wahyuningsih (2018) mengungkapkan bahwa loyalitas siswa dapat dibangun dari variabel belajar melalui kepuasan siswa. Pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Prasetyaningrum (2009) bahwa loyalitas siswa dapat dibangun dari variabel belajar melalui variabel kepuasan siswa. Berbeda dengan Tampubolon (2019) yang mengungkapkan bahwa proses belajar mengajar tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas siswa. Maka berdasarkan penelitian ini, hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 6: Metode pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas siswa.

Kepuasan Mahasiswa terhadap Loyalitas Mahasiswa

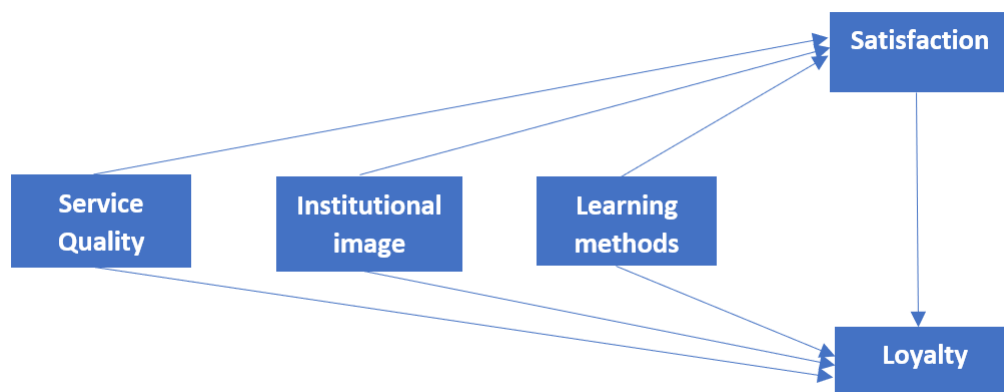
Kepuasan siswa merupakan tujuan penting yang harus diwujudkan oleh lembaga pendidikan. Hal ini dikarenakan dengan memberikan pelayanan pendidikan yang berkualitas akan membuat siswa puas sebagai konsumen dan akan membangun loyalitas mereka. Jika siswa memiliki sikap positif terhadap lembaga pendidikan maka siswa akan merasa puas. Menurut Austin & Pervaiz (2017) kepuasan siswa memiliki hubungan dengan loyalitas. Dora (2017) juga mengungkapkan bahwa kepuasan mahasiswa akan menciptakan loyalitas mahasiswa. Selain itu, penelitian Cheng et al. (2008) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Tinjauan pustaka menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dengan loyalitas memiliki pengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepuasan siswa maka semakin tinggi pula loyalitas siswa.

Kegagalan penyedia layanan dalam menciptakan kepuasan mahasiswa, tidak hanya membuat mahasiswa enggan untuk kembali berinteraksi dan menggunakan layanan tersebut, tetapi juga menghasilkan word of mouth yang negatif. Kepuasan siswa merupakan konstruk penting yang mempengaruhi loyalitas siswa, niat perilaku dan dari mulut ke mulut. Berdasarkan pembahasan di atas, maka hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Hipotesis 7: Kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1 di bawah menampilkan kerangka pemikiran dari penelitian ini.



Sumber: Peneliti (Bambang, Ginting, Sudarno) dengan latar belakang fenomena dan referensi dari berbagai literatur, 2021

Gambar 1. Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Dharma Loka Pekanbaru pada bulan Juli sampai dengan November 2021. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi data yang diperoleh dari pihak sekolah dan penyebaran *e-questionnaire* dengan aplikasi google form yang dibagikan kepada seluruh siswa SMA Dharma Loka. Indikator dan pengukuran berupa interval yang terdiri dari lima skala likert jawaban. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Dharma Loka Pekanbaru sebanyak 372 siswa dan sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai nara sumber yang dapat mewakili seluruh populasi. Ukuran sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$A = b / (1 + b(e)^2)$$

Informasi:

A = Ukuran sampel

b = total populasi

e = *error tolerance limit*

Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$A = 372 / (1 + 372(0.05)^2)$$

$$A = 192.74$$

Desain penelitian yang digunakan adalah desain pengujian hipotesis yang bertujuan untuk menguji hipotesis tertentu dalam menjelaskan hubungan (korelasi), sebab akibat (kausalitas) dan perbedaan (perbandingan) antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014; Suryani & Hendrayani, 2015). Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM dengan menggunakan software AMOS.

HASIL PENELITIAN

Karakteristik responden dibagi menurut [1] kelompok kelas, [2] jenis kelamin, [3] asal SMP, [4] pekerjaan ayah, [5] pekerjaan ibu. Dengan 249 responden diketahui siswa SMA Dharma Loka Pekanbaru sebagian besar didominasi oleh kelas XI yaitu 97 siswa/siswa sekitar 39%, sedangkan kelas XII sebanyak 85 orang sekitar 34%, disusul kelas X sebanyak 67 siswa. atau sebesar 27%. Berdasarkan jenis kelamin, siswa perempuan didominasi oleh 132 orang atau 53%, sedangkan siswa laki-laki berjumlah 117 orang atau 47%. Selanjutnya siswa berlatar belakang SMP Dharma Loka sebanyak 163 siswa atau 65%, siswa/siswi dengan latar belakang SMP lainnya (swasta) sebanyak 67 siswa atau 27%, sedangkan siswa/siswa dengan latar belakang SMP lainnya (negeri) berjumlah 19 siswa atau 8%. Untuk pekerjaan ayah siswa dengan latar belakang pekerjaan ayah sebagai wiraswasta sebanyak 131 orang atau 53%, sedangkan siswa dengan jenis pekerjaan ayah sebagai pegawai swasta sebanyak 66 orang atau 27%, siswa dengan ayah tidak bekerja sebesar 45 atau 18%, dengan pekerjaan ayah sebagai petani sebesar 4 atau 2%, serta siswa dengan pekerjaan ayah sebagai pegawai negeri sebesar 3 atau 1%. Selanjutnya berdasarkan pekerjaan ibu lebih didominasi oleh siswa dengan latar belakang pekerjaan ibu sebagai ibu rumah tangga yaitu sebesar 207 atau 83%, siswa dengan jenis pekerjaan ibu sebagai pegawai swasta sebanyak 24 orang atau 9,6%, kemudian siswa dengan ibu berwirausaha sebesar 17 atau 7%, dan terakhir siswa dengan ibu berprofesi sebagai PNS sebesar 1 atau 0,4%.

Uji Validitas

Dari hasil pengolahan di tabel 1, dapat diketahui bahwa setiap item variabel kualitas pelayanan adalah valid, karena korelasi item r-value > (lebih besar) dari r-tabel. Sehingga semua indikator dapat dimasukkan dalam penelitian.

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa untuk setiap item variabel citra institusional semuanya valid, karena korelasi item r-value > (lebih besar) dari r-tabel, sehingga semua indikator dapat dimasukkan dalam penelitian.

Dari hasil tabel 3, dapat diketahui bahwa untuk setiap item variabel bebas metode pembelajaran semuanya valid, karena korelasi item r-value > (lebih besar) dari r-tabel, sehingga semua indikator dapat diikutsertakan dalam penelitian.

Dari hasil tabel 4, dapat diketahui bahwa untuk setiap item variabel dependen kepuasan semuanya valid, karena korelasi item r-value > (lebih besar) dari r-tabel, sehingga semua indikator dapat dimasukkan dalam penelitian.

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa untuk setiap item variabel loyalitas semuanya valid, karena korelasi item r-value > (lebih besar) dari r-tabel, sehingga semua indikator dapat dimasukkan dalam riset.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Independen (X1) Kualitas Pelayanan
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X111	150.7510	631.486	.601	.976
X112	150.9317	624.588	.619	.976
X113	150.6908	622.739	.661	.976
X114	150.3494	625.285	.678	.976
X115	150.5743	622.641	.728	.976
X116	151.3614	617.183	.646	.976
X117	150.8434	620.205	.710	.976
X118	150.5261	620.363	.683	.976
X119	150.8715	618.798	.639	.976
X1110	150.4578	625.169	.605	.977
X121	150.3454	625.316	.697	.976
X122	150.4418	617.836	.776	.976
X123	150.4498	622.910	.772	.976
X124	150.4779	621.484	.762	.976
X125	150.5984	625.967	.701	.976
X126	150.6386	625.070	.686	.976
X127	150.4016	626.507	.678	.976
X128	150.4137	623.808	.692	.976
X129	150.2892	625.255	.722	.976
X1210	150.3092	624.053	.701	.976
X131	150.5783	619.213	.758	.976
X132	150.4739	622.218	.751	.976
X133	150.4257	623.883	.692	.976
X134	150.5462	619.950	.815	.976
X135	150.3655	630.572	.563	.977
X136	150.3896	620.303	.772	.976
X141	150.2329	621.647	.705	.976
X142	150.6064	614.546	.737	.976
X143	150.5502	615.418	.804	.976
X144	150.6466	620.528	.707	.976
X145	150.3695	621.468	.790	.976
X146	150.1486	628.732	.647	.976
X147	150.2289	621.516	.714	.976
X151	150.5502	613.571	.797	.976
X152	150.2851	622.309	.723	.976
X153	150.4458	615.958	.796	.976
X154	150.3695	619.032	.777	.976
X155	150.4538	618.547	.789	.976
X156	150.4659	615.653	.763	.976

Sumber: Hasil olahan SPSS 21.0

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Independen (X2) Citra Kelembagaan
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X21	34.1325	25.390	.716	.902
X22	34.2892	25.077	.709	.902
X23	34.0402	26.232	.633	.907
X24	34.0040	25.770	.683	.904
X25	34.2972	24.581	.759	.898
X26	34.1767	24.307	.795	.896
X27	34.1526	25.251	.692	.903
X28	34.1968	24.530	.783	.897
X29	34.1807	26.439	.515	.916

Sumber: Hasil olahan SPSS 21.0

Tabel 3. Uji Validitas Variabel Independen (X3) Metode Pembelajaran

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X31	12.4980	5.791	.708	.851
X32	12.4618	5.653	.737	.840
X33	12.4779	5.275	.746	.837
X34	12.4779	5.742	.747	.837

Sumber: Hasil olahan SPSS 21.0

Tabel 4. Uji Validitas Variabel Dependen (Y1) Kepuasan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y11	25.4699	18.782	.724	.903
Y12	25.4900	18.880	.718	.903
Y13	25.3333	19.054	.685	.907
Y14	25.3012	18.453	.749	.900
Y15	25.3976	18.249	.758	.899
Y16	25.3333	18.489	.793	.896
Y17	25.4096	18.348	.738	.901

Sumber: Hasil olahan SPSS 21.0

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Dependen (Y2) Loyalitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y21	8.4779	2.178	.679	.600
Y22	8.1968	2.651	.580	.720
Y23	8.7229	1.991	.574	.740

Sumber: Hasil olahan SPSS 21.0

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Kriteria	Keterangan
X 1: kulaitas pelayanan	0.977	>0.60	Reliabel
X 2: citra lembaga	0.913		Reliabel
X 3: metode pembelajaran	0.876		Reliabel
Y 1: kepuasan	0.914		Reliabel
Y 2: loyalitas	0.767		Reliabel

Sumber: Hasil olahan SPSS 21.0

Pada hasil uji reliabilitas data seperti yang ditampilkan di tabel 6, dapat ditunjukkan bahwa untuk setiap variabel nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Sehingga hasil ini dapat diartikan bahwa tingkat reliabilitas atau tingkat kepercayaan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, citra institusi, metode pembelajaran, kepuasan dan loyalitas memiliki nilai reliabel. Sehingga dapat digunakan pada bagian uji dan analisis lebih lanjut.

Uji Goodness of Fit

Berdasarkan tabel 7, dapat dijelaskan bahwa secara keseluruhan uji goodness of fit index yang telah dilakukan memiliki hasil yang sesuai dengan model. Sehingga asumsi uji kelayakan model yang digunakan dalam penelitian dapat diterima.

Tabel 7. Indeks Goodness Of Fit

No	Goodness of fit index	Cut off value (nilai batas)	Hasil uji	Kesimpulan
1	Chi-square	Diharapkan kecil ≥ 0.05	569.779 0,000	Good fit
2	GFI	≥ 0.90	0,818	Marginal fit
3	AGFI	≥ 0.90	0,769	Marginal fit
4	TLI	≥ 0.90	0,908	Good fit
5	CFI	≥ 0.90	0,920	Good fit
6	NFI	≥ 0.90	0,888	Marginal fit
7	IFI	≥ 0.90	0,921	Good fit
8	RMSEA	0.05 - 0.08	0,093	Good fit

Sumber: Hasil olahan SPSS 21.0

Persamaan Struktural

Kedua persamaan struktural yang dihasilkan dalam penelitian ini dapat dilihat dari output AMOS 21 pada bobot regresi terstandarisasi pada tabel 8 berikut.

Tabel 8. Standardized Regression Weights

			Estimate	Kesimpulan
Kepuasan_y1	<---	Kualitas_layanan_x1	.088	Positif
Kepuasan_y1	<---	Citra_lembaga_x2	.608	Positif
Kepuasan_y1	<---	Metode_belajar_x3	.335	Positif
Loyalitas_y2	<---	Kualitas_layanan_x1	.062	Positif
Loyalitas_y2	<---	Citra_lembaga_x2	-.075	Negatif
Loyalitas_y2	<---	Kepuasan_y1	.244	Positif

Sumber: Hasil olahan SPSS 21.0

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan nilai t dengan taraf signifikansi 0,05. Nilai t pada program AMOS 21 merupakan nilai critical ratio (cr) dalam bobot regresi. Jika nilai *critical ratio* (c.r.) lebih besar dari 1,967 atau nilai probabilitas (p) < 0,05, maka H_0 ditolak, artinya hipotesis diterima. Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat disajikan dalam tabel 9 berikut.

Tabel 9. Regression Weights

No	Veriabel endogen		Variabel eksogen	C.r.	P	Keterangan
1	Kepuasan	<---	Kulaitas layanan	2.657	.008	Signifikan
2	Kepuasan	<---	Citra Lembaga	3.253	.001	Signifikan
3	Kepuasan	<---	Metode Pembelajaran	1.868	.062	Tidak Siginifikan
4	Loyalitas	<---	Kulaitas layanan	1.091	.275	Tidak Signifikan
5	Loyalitas	<---	Citra Lembaga	-.205	.838	Tidak Signifikan
6	Loyalitas	<---	Metode Pembelajaran	2.300	.021	Signifikan
7	Loyalitas	<---	Kepuasan	690	0.490	Tidak Signifikan

Sumber: Hasil olahan SPSS 21.0

Nilai signifikansi 0,008 atau lebih kecil dari nilai 0,05 didasarkan pada temuan pengujian variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

Nilai signifikansi untuk menilai variabel citra institusional terhadap kepuasan adalah 0,001 atau lebih kecil dari nilai 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

Nilai signifikan untuk pengujian variabel metode pembelajaran terhadap kepuasan adalah 0,062 atau lebih besar dari nilai 0,05. Variabel metode pembelajaran tampaknya tidak memiliki dampak yang substansial terhadap kepuasan siswa. Artinya hipotesis yang diajukan ditolak.

Nilai signifikansi untuk pengujian variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas sebesar 0,275 lebih besar dari nilai 0,05. Dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh besar terhadap loyalitas. Ini menunjukkan bahwa ide yang ditawarkan telah ditolak.

Nilai signifikan untuk pengujian variabel citra institusional terhadap loyalitas adalah sebesar 0,838 lebih besar dari nilai 0,05. Dapat dipastikan bahwa citra institusi yang dapat berubah tidak memiliki dampak substansial terhadap loyalitas. Ini menunjukkan bahwa ide yang ditawarkan telah ditolak.

Nilai signifikansi pengujian variabel teknik pembelajaran terhadap loyalitas sebesar 0,021 lebih kecil dari nilai 0,05. Dapat dinyatakan bahwa variabel teknik pembelajaran berpengaruh besar terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

Nilai signifikan untuk pengujian variabel kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa adalah 0,490 lebih besar dari 0,05. Komponen kepuasan tampaknya tidak berdampak besar terhadap loyalitas siswa. Ini menunjukkan bahwa ide yang ditawarkan telah ditolak.

Diskusi

Hasil analisis deskriptif rata-rata siswa memiliki tanggapan yang setuju terkait kualitas pelayanan di SMA Dharma Loka. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan di SMA Dharma Loka dinilai sudah sesuai dengan asumsi masing-masing responden. Berdasarkan hasil uji bobot regresi standar menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan mahasiswa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Subrahmanyam dan Raja Shekhar (2016) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan dengan loyalitas mahasiswa. Peran mediasi kepuasan siswa antara kualitas layanan dan loyalitas siswa juga diterima secara luas sebagai hubungan kausal dalam literatur pemasaran layanan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Dora (2017), mengungkapkan bahwa kualitas layanan, fasilitas dan metode pendidikan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan siswa. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Africia, Suprianto dan Kusumaningrum (2017) mengungkapkan hasil bahwa persepsi kualitas yang positif akan menciptakan kepuasan dan loyalitas siswa. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliaty (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji bobot regresi standar menunjukkan bahwa citra institusi memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan. Artinya semakin baik citra institusi di SMA Dharma Loka Pekanbaru maka siswa akan semakin puas. Sedangkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan hasil citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil ini menunjukkan bahwa citra baik SMA Dharma Loka berpengaruh terhadap kepuasan siswa.

Ada empat indikator untuk mengukur citra institusional, yaitu Personality, Reputation, Value, dan Corporate identity. Sehingga dengan selalu menerapkan 4 indikator tersebut akan meningkatkan nilai citra lembaga pendidikan yang pada akhirnya bermuara pada peningkatan kepuasan dan loyalitas siswa. Semua indikator citra institusi akan berdampak pada kepuasan dan loyalitas siswa, oleh karena itu manajemen sekolah harus mampu mengelola 4 elemen tersebut secara berkesinambungan seperti siklus hidup produk (Ravindran, S. D., & Kalpana, M., 2012). Menciptakan corporate branding yang kuat akan memberikan kepercayaan diri siswa dalam memilih pendidikan di sekolah ini. Sekolah dan yayasan harus mampu merumuskan strategi citra institusional untuk menarik kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Lunarindiah, (2018) mengungkapkan bahwa citra universitas, kualitas layanan dan nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Widya Iswara, Luki Adiati Pratomo (2016) bahwa kepuasan dan citra konsumen tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa di Universitas Tri Sakti. Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunardi & Erdiansyah, (2019) yang menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Mangkok Ku.

Berdasarkan hasil uji bobot regresi terstandarisasi menunjukkan bahwa metode pembelajaran berpengaruh kurang signifikan terhadap kepuasan siswa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik metode pembelajaran di SMA Dharma Loka tidak berdampak pada peningkatan kepuasan siswa. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hasil metode pembelajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa.

Pernyataan tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dora (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan metode pendidikan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan siswa. Pernyataan lain dikemukakan oleh Ali, Zhou, Hussain, Nair, dan Ragavana (2016) mahasiswa relatif puas dengan masalah yang berkaitan dengan program dan aspek akademik lainnya, sedangkan persepsi kepuasan mahasiswa berdampak negatif. Hal ini memungkinkan siswa yang kurang percaya diri untuk mengajukan pertanyaan sementara memungkinkan staf untuk memberikan tanggapan yang tidak menghakimi dan tepat waktu.

Berdasarkan hasil uji bobot regresi standar menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan mahasiswa. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Africia et al. (2017) kualitas yang dirasakan positif akan menciptakan kepuasan dan loyalitas siswa. Peran mediasi kepuasan siswa antara kualitas layanan dan loyalitas siswa juga diterima secara luas sebagai hubungan kausal dalam literatur pemasaran layanan. Penelitian lain yang

dilakukan oleh Dora (2017) mengungkapkan bahwa kualitas layanan, fasilitas dan metode pendidikan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan siswa. Hasil serupa juga ditemukan dalam Lunarindiah (2018) bahwa kualitas layanan juga terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliaty (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji bobot regresi standar menunjukkan bahwa citra institusi memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan. Artinya semakin baik citra institusi di SMA Dharma Loka Pekanbaru maka siswa akan semakin puas. Sedangkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan hasil citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil ini menunjukkan bahwa citra baik SMA Dharma Loka berpengaruh terhadap kepuasan siswa. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Lunarindiah (2018) yang mengungkapkan bahwa citra universitas, kualitas layanan dan nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian ini tidak sejalan dengan Chandra et al. (2019) bahwa citra institusi berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan mahasiswa. Menurut hasil penelitian Osman & Saputra (2019), citra menempati peran mediasi penuh antara kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa.

Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunardi & Erdiansyah (2019) yang menyatakan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Mangkok Ku. Penelitian yang dilakukan oleh Iswara & Pratomo (2018) bahwa kepuasan dan citra konsumen tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa di Universitas Tri Sakti.

Berdasarkan hasil uji bobot regresi terstandarisasi menunjukkan bahwa metode pembelajaran berpengaruh kurang signifikan terhadap kepuasan siswa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik metode pembelajaran di SMA Dharma Loka tidak berdampak pada peningkatan kepuasan siswa. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hasil metode pembelajaran tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan siswa. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Djudin (2018) bahwa tidak terdapat interaksi yang signifikan antara pengaruh metode pengajaran dan program perkuliahan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Hal senada juga diungkapkan oleh Mukroni (2017) yang menemukan hasil penelitian pelaksanaan pembelajaran guru berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan siswa.

Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Tampubolon (2019) bahwa proses belajar mengajar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan siswa. Hasil lain yang diungkapkan oleh Mohammadjani & Tonkaboni (2015) mengungkapkan bahwa metode pembelajaran kooperatif menghasilkan kepuasan siswa yang lebih tinggi daripada metode pengajaran ceramah. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dora (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan, fasilitas dan metode pendidikan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan siswa. Pernyataan lain dikemukakan oleh Ali, F., Zhou, Y., Hussain, K., Nair, PK, & Ragavan, NA (2016) mahasiswa relatif puas dengan masalah yang berkaitan dengan program dan aspek akademik lainnya, sedangkan persepsi mahasiswa terhadap kepuasan memiliki dampak negatif.

Berdasarkan hasil uji bobot regresi standar menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan tidak berdampak pada peningkatan loyalitas mahasiswa tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliaty (2014) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian lain dikemukakan oleh Rinala et al. (2013) pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Lunarindiah (2018) yang mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan dengan loyalitas mahasiswa. Peran mediasi kepuasan siswa antara kualitas layanan dan loyalitas siswa juga diterima secara luas sebagai hubungan kausal dalam literatur pemasaran layanan. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Africia, Suprianto dan Kusumaningrum, (2017) mengungkapkan hasil bahwa persepsi kualitas yang positif akan menciptakan kepuasan dan loyalitas siswa.

Berdasarkan hasil uji bobot regresi standar menunjukkan bahwa citra institusi tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan. Artinya semakin baik citra institusi di SMA Dharma Loka Pekanbaru, berdampak pada loyalitas siswa. Sedangkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa citra lembaga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil tersebut menunjukkan bahwa citra lembaga SMA Dharma Loka tidak berpengaruh terhadap kepuasan siswa. Penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Iswara & Pratomo (2018) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dan citra merek tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dalam penelitian pengaruh kualitas pelayanan perguruan tinggi terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. Penelitian lain yang dilakukan oleh Mulyana & Ayuni (2016) menemukan bahwa citra institusional memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap loyalitas daripada kepuasan.

Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Lunarindiah (2018) yang mengungkapkan bahwa citra universitas, kualitas layanan, dan nilai yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. penelitian lain yang dilakukan oleh Chandra et al. (2019) mengungkapkan bahwa citra institusi berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas mahasiswa. Berdasarkan hasil uji bobot regresi terstandarisasi menunjukkan bahwa metode pembelajaran memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas.

Artinya semakin baik metode pembelajaran yang ada di SMA Dharma Loka Pekanbaru, berdampak pada loyalitas siswa. Sedangkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan hasil metode pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas siswa. Hasil ini menunjukkan bahwa metode pembelajaran SMA Dharma Loka berpengaruh terhadap loyalitas siswa.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dora (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara metode pembelajaran terhadap loyalitas siswa. Pendapat lain juga dikemukakan oleh Dwi Wahyuni (2017) bahwa loyalitas siswa dapat dibangun dari variabel belajar melalui kepuasan siswa. Hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tampubolon (2019) proses belajar mengajar berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Pendapat lain dikemukakan oleh Djudin (2018) tidak terdapat interaksi yang signifikan antara pengaruh metode pengajaran dan program perkuliahan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan hasil uji bobot regresi terstandarisasi menunjukkan bahwa kepuasan tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Artinya semakin baik kepuasan siswa maka loyalitas terhadap SMA Dharma Loka tidak dapat meningkat. Sedangkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Artinya hipotesis yang diajukan ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kepuasan siswa yang tinggi tidak akan berdampak pada peningkatan loyalitas siswa di SMA Dharma Loka. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iswara & Pratomo (2018) bahwa kepuasan dan citra konsumen tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa di Universitas Tri Sakti. Pernyataan ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Africia et al. (2017) bahwa kepuasan dengan loyalitas mahasiswa memiliki hubungan yang positif. Hal ini berdampak pada kualitas yang dirasakan. Penelitian lain juga diungkapkan oleh Subrahmanyam & Raja Shekhar (2016) bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan dengan loyalitas mahasiswa.

PENUTUP

Kualitas pelayanan dan citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, semakin baik kualitas pelayanan dan citra institusi akan berdampak baik terhadap kepuasan mahasiswa. Metode pembelajaran memberikan dampak positif namun kurang bermakna, semakin baik metode pembelajaran yang diterapkan tidak berdampak pada peningkatan kepuasan siswa. Berdasarkan hasil penelitian, peningkatan kualitas pelayanan dan citra institusi lebih bermanfaat daripada peningkatan metode pembelajaran.

Kualitas pelayanan berpengaruh positif namun tidak signifikan, sedangkan citra institusi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap loyalitas. Artinya semakin baik kualitas pelayanan dan citra institusi tidak berdampak pada peningkatan loyalitas mahasiswa. Variabel metode pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, artinya semakin baik metode pembelajaran akan berdampak pada peningkatan loyalitas siswa. Kepuasan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa, artinya semakin baik kepuasan mahasiswa tidak berdampak pada peningkatan loyalitas mahasiswa. Jika dikaitkan dengan karakteristik responden berdasarkan asal SMP dimana 65% siswa SMA Dharma Loka berasal dari lulusan SMP Dharma Loka terkadang melanjutkan pendidikan di tempat yang sama akan menimbulkan kebosanan sehingga dimungkinkan menimbulkan penurunan persentase lulusan SMP Dharma Loka yang melanjutkan pendidikan ke SMA Dharma Loka.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, sebagai berikut: [1] Penelitian ini dilakukan pada masa pandemi covid-19 sehingga tidak terjadi interaksi langsung antara peneliti dengan responden. [2] Responden kelas X dinilai belum memiliki pengalaman yang cukup terhadap kualitas pelayanan, citra kelembagaan dan metode pembelajaran di SMA Dharma Loka sehingga kebenaran jawaban siswa kelas X perlu dikaji ulang. [3] Jumlah responden yang mengisi angket hanya 249 siswa pada saat penelitian dilakukan. Ini adalah hal-hal yang berada di luar jangkauan peneliti untuk mengendalikannya. [4] Ketulusan dan kejujuran mahasiswa pada saat penelitian dilakukan adalah hal-hal yang berada di luar jangkauan peneliti untuk dikendalikan. [5] Variabel dalam penelitian ini hanya sebatas kualitas pelayanan, citra kelembagaan dan metode pembelajaran, sedangkan masih banyak variabel lain yang belum diteliti.

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian di atas, saran untuk penelitian selanjutnya adalah [1] Peneliti selanjutnya menambahkan variabel selain variabel yang diteliti, seperti jurusan, biaya pendidikan, lingkungan belajar, dan sebagainya; Jika penelitian dilakukan pada awal tahun ajaran, disarankan untuk tidak menggunakan responden dari kelompok kelas X, tetapi cukup menggunakan kelompok kelas XI dan XII. [2] Disarankan agar SMA Dharma Loka meningkatkan kualitas layanan dan metode pembelajaran karena kualitas layanan dan metode pembelajaran yang telah dilaksanakan belum memberikan dampak yang besar terutama bagi siswa yang lulus dari SMP Dharma Loka. Metode pelayanan untuk siswa laki-laki dan perempuan harus dibedakan karena perbedaan kepuasan ditemukan dalam penelitian ini, terutama dalam hal kehandalan dan empati.

DAFTAR RUJUKAN

- A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml & Berry, L. L. 1988. SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*, 12-40

- Afandi, M., Chamalah, E., & Wardani, O. P. (2013). Model Dan Metode Pembelajaran Di Sekolah. In *Perpustakaan Nasional Katalog Dalam Terbitan (KDT)* (Vol. 392, Issue 2). <https://doi.org/10.1007/s00423-006-0143-4>
- Africia, F., Supriyanto, S., & Kusumaningrum, T. (2017). Improving the Services Quality of Educational Staff Based on Satisfaction and Loyalty Analysis of Nursing Students. *Jurnal Ners*, 12(2), 164–170.
- Ainna, N. (2016). Educational Management Leadership. *Educational Leadership and Administration*, 5(2), 1–21. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-1624-8.ch001>
- Ali, F., Zhou, Y., Hussain, K., Nair, P. K., & Ragavan, N. A. (2016). Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty?: A study of international students in Malaysian public universities. *Quality Assurance in Education*, 24(1), 70–94. <https://doi.org/10.1108/QAE-02-2014-0008>
- Ali, S. R. O., & Abdullah, Z. (2018). The impact of corporate image on students' satisfaction and loyalty. *Journal of Education and Social Sciences*, 9(2), 193–199.
- Alma, B. (2005). *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Alfabeta.
- Arwanda, N. O. D., Hartoyo, H., & Hartoyo, S. (2013). Kepuasan, Citra, dan Loyalitas Pada Lembaga Pendidikan Tinggi: Kasus Di Akademi XYZ. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 7(2), 123–132. <https://doi.org/10.24156/jikk.2014.7.2.123>
- Asongu, S. A., & Nwachukwu, J. C. (2018). Educational quality thresholds in the diffusion of knowledge with mobile phones for inclusive human development in sub-Saharan Africa. *Technological Forecasting and Social Change*, 129(February), 164–172. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.01.004>
- Austin, A. J., & Pervaiz, S. (2017). The relation between 'student loyalty' and 'student satisfaction' (A case of college/intermediate students at forman Christian college). *European Scientific Journal*, 57(18), 100–117.
- Chandra, T., Hafni, L., Chandra, S., Purwati, A. A., & Chandra, J. (2019). The influence of service quality, university image on student satisfaction and student loyalty. *Benchmarking*, 26(5), 1533–1549. <https://doi.org/10.1108/BIJ-07-2018-0212>
- Cheng, T. C. E., Lai, L. C. F., & Yeung, A. C. L. (2008). The Driving forces of Customer loyalty: a study of internet service Providers in Hong Kong. *International Journal of E-Business Research*, 4(4), 26–42. <https://doi.org/10.4018/jebr.2008100103>
- Djudin, T. (2018). *The Effect Of Teaching Method And Lecture Program On Students ' Satisfaction Rates And Academic*. 3(1), 121–128.
- Danim, S. (2008). *Media Komunikasi Pendidikan*. PT. Bumi Aksara.
- Dora, Y. M. (2017). Analysis Effect of Service Quality, Educational Facilities, and Method of Learning, Student Satisfaction and Loyalty to Students - Studies in the University of Widyatama Bandung. *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 10(1), 16. <https://doi.org/10.26417/ejser.v10i1.p16-27>
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Giese & Cote. (2000). Academy of Marketing Science Review. Defining Consumer Satisfaction Volume 2000 No. 1 Available: <http://www.amsreview.org/articles/giese01-2000.pdf>
- Gunardi, C. G., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Mangkok Ku. *Prologia*, 3(2), 456. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6387>
- Hamdani. (2011). *Menjadi Guru Profesional*. Remaja Rosdakarya.
- Iswara, W., & Pratomo, L. A. (2018). Pengaruh Kualitas Jasa Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 10(3), 174. <https://doi.org/10.26623/jreb.v10i3.788>
- Jiewanto, A., Laurens, C., & Nelloh, 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*, 40, 16–23. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.03.155>
- Kim, M. K., Wong, S. F., Chang, Y., & Park, J. H. (2016). Determinants of customer loyalty in the Korean smartphone market: Moderating effects of usage characteristics. *Telematics and Informatics*, 33(4), 936–949. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.02.006>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. PT. Prenhallindo.
- Lunarindiah, G. (2016). *the Influence of Corporate Image , Service Quality , Perceived*. 9(2), 239–252.
- Lunarindiah, G. (2018). the Influence of Corporate Image, Service Quality, Perceived Value Toward Student Satisfaction and Student Loyalty. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(2), 239. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i2.1460>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mohammadjani, F., & Tonkaboni, F. (2015). A Comparison between the Effect of Cooperative Learning Teaching Method and Lecture Teaching Method on Students' Learning and Satisfaction Level. *International*

- Education Studies*, 8(9), 107–112. <https://doi.org/10.5539/ies.v8n9p107>
- Mohd Thas Thaker, M. A. Bin, Mohammed, M. O., Duasa, J., & Abdullah, M. A. (2016). Developing cash waqf model as an alternative source of financing for micro enterprises in Malaysia. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 7(4), 254–267. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2014-0029>
- Mujahidin, A., Zuhriah, F., Khoiraningrum, I. (2018). Pengaruh Citra Perguruan Tinggi dan Kompetensi Dosen terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada IKIP PGRI Bojonegoro). *Al Tijarah*. Vol. 4 (2), 49-66. <http://dx.doi.org/10.21111/tijarah.v4i2.2828>
- Mukroni, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pembelajaran Guru Ekonomi terhadap Kepuasan Siswa di SMA Negeri 2 Sentajo Raya. *Pekbis Jurnal*, 9(2), 140–150.
- Mulyana, A., & Ayuni, D. (2016). The Impact of Image and Satisfaction on Loyalty: The Case of Indonesian Open University. *Fakultas Ekonomi Universitas Terbuka*, 1–9.
- Osman, A. R., & Saputra, R. S. (2019). A pragmatic model of student satisfaction: a viewpoint of private higher education. *Quality Assurance in Education*, 27(2), 142–165. <https://doi.org/10.1108/QAE-05-2017-0019>
- Poerwadarminta. (2006). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- Prasetyaningrum, I. D. (2009). Analisis Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus pada Undaris Ungaran). *Thesis*, 1–101.
- Pride, William M., and Ferrel O.C. 2012. *Marketing*. USA: South-Western College Pub.
- Ravindran, S. D., & Kalpana, M. (2012). Student's Expectation, Perception and Satisfaction towards the Management Educational Institutions. *Procedia Economics and Finance*, 2(Af), 401–410. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00102-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00102-5)
- Rinala, I. N., Yudana, I. M., & Natajaya, I. N. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali. *E-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha*, 4, 1–12.
- Sayani, H. (2015). Customer satisfaction and loyalty in the United Arab Emirates banking industry. *Marketing Intelligence and Planning*, 33(3), 351–375. <https://doi.org/10.1108/IJBM-12-2013-0148>
- Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. (2010). *Cosumer behavior* (10 th Edition). New Jersey: Pearson Education.
- Shahsavar, T., & Sudzina, F. (2017). Student satisfaction and loyalty in Denmark: Application of EPSI methodology. *PLOS ONE*, 12(12), 1–19. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0189576>
- Subrahmanyam, A., & Raja Shekhar, B. (2016). Effect of student perceived service quality on student satisfaction, loyalty and motivation in Indian universities: Development of HiEduQual. *Journal of Modelling in Management*, 11(2), 1–5. <http://dx.doi.org/10.1108/JM2-01-2014-0010%0A>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementsi*. Andi.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, & Hendrayani. (2015). *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Pranadamedia Group.
- Tampubolon, H. (2019). *Pengaruh Proses Belajar Mengajar dan KualitasFakultas Keguruan dan ILMU Pendidikan (FKIP) Universitas Quality Medan*. 1(2), 238–245.
- Teeroovengadam, V., Nunkoo, R., Gronroos, C., Kamalanabhan, T. J., & Seebaluck, A. K. (2019). Higher education service quality, student satisfaction and loyalty: Validating the HESQUAL scale and testing an improved structural model. *Quality Assurance in Education*, 27(4), 427–445. <https://doi.org/10.1108/QAE-01-2019-0003>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service Quality & Satisfaction*. Andi.
- Temizer, L., & Turkyilmaz, A. (2012). Implementation of Student Satisfaction Index Model in Higher Education Institutions. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46, 3802–3806. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.06.150>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* (Edisi Kedu). Andi.
- Wahyuningsih, P. (2018). *Analisis Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dan Loyalitas Mahasiswa*. 1–18. <https://doi.org/10.31227/osf.io/5pbea>
- Wena, M. (2011). *Strategi Pembelajaran Inovatif Kontemporer*. Bumi Aksara.
- Widya Iswara, Luki Adiati Pratomo. (2017). Pengaruh Kualitas Jasa Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 10 No. 3. Available: <http://dx.doi.org/10.26623/jreb.v10i3.788>
- Yuliaty, T. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri KCP Medan Aksara. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, Vol 14, No(2), 120–126.
- Zameer, H., Tara, A., Mohsin, U., & Aisha, K. (2015). Impact of service quality, corporate image and customer satisfaction towards customers' perceived value in the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/IJBM-01-2014-0015>