**PENGARUH KUALITAS JASA PENDIDIKAN**

**DAN *EXPERIENTIAL* *MARKETING* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPERCAYAAN MAHASISWA**

**(Survei Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Terakreditasi A Universitas Swasta di Bandung Metropolitan)**

**ARTIKEL DISERTASI**

**Diajukan sebagai syarat mengikuti Ujian Sidang Terbuka**

****

**WASITO**

**NPM : 139010056**

**PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN**

**PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN**

**BANDUNG**

**2019**

**PENGARUH KUALITAS JASA PENDIDIKAN**

**DAN *EXPERIENTIAL* *MARKETING* TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPERCAYAAN MAHASISWA**

**(Survei Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Terakreditasi A Universitas Swasta di Bandung Metropolitan)**

oleh :

WASITO

NPM : 139010056

PROGRAM DOKTOR ILMU MANAJEMEN

PASCASARJANA UNIVERSITAS PASUNDAN

**ABSTRAK**

**Wasito**, Pengaruh Kualitas Jasa Pendidikan Dan *Experiential Marketing* Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya Pada Kepercayaan Mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Terakreditasi A Universitas Swasta di Bandung Metropolitan), di bawah bimbingan Prof. Dr. H. Sucherly, SE., M.S. Sebagai Promotor dan Dr. H. Popo Suryana, SE., M.Si. Sebagai Co. Promotor.

Penelitian ini bertujuan mengetahui, mengkaji dan memperoleh hasil analisis mengenai kualitas jasa pendidikan, *experiential marketing*, kepuasan mahasiswa, kepercayaan mahasiswa dan mengetahui besarnya pengaruh kualitas jasa pendidikan dan *experiential marketing* terhadap kepuasan mahasiswa serta implikasinya pada kepercayaan mahasiswa (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Terakreditasi A Universitas Swasta di Bandung Metropolitan).

Metode yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Unit analisisnya adalah mahasiswa pada Program Studi Manajemen S1 terakreditasi A di Universitas Swasta Bandung Metropolitan. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan *probability sampling* dengan *cluster proporsional random sampling* atau *Area Sampling*. Penetapan ukuran sampel dalam penelitian digunakan rumus Slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 378 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari dua sumber yaitu data primer dan sekunder.

Hasil penelitian secara deskriptif menemukan bahwa kualitas jasa pendidikan dan *experiential* *marketing* dipersepsikan baik, kepuasan mahasiswa dipersepsikan puas, kepercayaan dipersepsikan cukup menuju percaya. Sedangkan secara verifikatif dengan menggunakan SEM diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh kualitas jasa pendidikan dan *experiential marketing* terhadap kepuasan mahasiswa baik secara parsial maupun simultan serta terdapat pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap kepercayaan mahasiswa.

Kata Kunci : Kualitas Jasa Pendidikan, *Experiential Marketing*

Kepuasan Mahasiswa, Kepercayaan Mahasiswa

***ABSTRACT***

***Wasito****, The Influence Of Educational Services Quality And Experiential Marketing On Student Satisfaction And Implications Of Students Trust (Survey on Students of Management Accredited A Private University Bandung Metropolitan) under the guidance of Prof. Dr. H. Sucherly, SE., M.S as Promoter and Dr. H. Popo Suryana, SE., M.Si.. as Co. Promoter.*

*The aims of this study to find out, examine and obtain the results of analysis on the quality of education services, experiential marketing, student satisfaction, trust and knowing the magnitude of the influence of educational services quality and experiential marketing on student satisfaction and implications of students trust (Survei On Students Of Management Accredited A Private University Bandung Metropolitan)*

*The methods used descriptive and verificative. The analysis Unit were students of management accredited a private university bandung metropolitan. Sampling techniques was performed using probability sampling with proportional random sampling clusters or Area Sampling. The determination of sample size in the study used the Slovin formula so that the sample obtained as much as 378 respondents. The data from this research used derived from two sources: primary and secondary data.*

*The results of the descriptive study found that the quality of educational services and experiential marketing were perceived to be good, student satisfaction was perceived towards trust. Whereas verificatively by using SEM the results show that there were an influence of the quality of educational services and experiential marketing on students satisfaction both partially and simultaneously, there was an influence of student satisfaction on Student confidence.*

***Keywords : Educational Services Quality, Experiential Marketing***

***Student Satisfaction, Trust***