PENGARUH SUMBER DAYA MANUSIA (*PEOPLE*) DAN

BUKTI FISIK (*PHYSICAL EVIDENCE*) TERHADAP KEPUASAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KEPERCAYAAN

**(Suatu Survei Pada Mahasiswa UKRI Bandung)**

ARTIKEL TESIS

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar

Magister Manajemen Pada Program Studi Magister Manajemen

Konsentrasi Bisnis

**Nama : Helvi Y Moraza**

**NPM : 218020053**



PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS PASCASARJANA

UNIVERSITAS PASUNDAN

BANDUNG

2023

# BAB IPENDAHULUAN

## Latar Belakang Penelitian

Pendidikan berperan dalam pembentukan individu, pengembangan kemampuan, dan kemajuan sosial, maka dari itu pendidikan menjadi bagian penting dalam kehidupan individu serta masyarakat. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia, Nomor 4 Tahun 2014, Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi Dan Pengelolaan Perguruan Tinggi Pasal 1 ayat 6: Perguruan Tinggi Swasta yang selanjutnya disingkat PTS adalah Perguruan Tinggi yang didirikan dan/atau diselenggarakan oleh masyarakat. Ayat 7 : Universitas adalah Perguruan Tinggi yang menyelenggarakan pendidikan akademik dan dapat menyelenggarakan pendidikan vokasi dalam berbagai rumpun ilmu pengetahuan dan/atau teknologi dan jika memenuhi syarat, Universitas dapat menyelenggarakan pendidikan profesi

Pendidikan bertujuan untuk membantu individu mengembangkan nilai-nilai moral dan etika yang baik, membekali individu dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan dalam bermasyarakat, membantu memahami potensi dari setiap individu dan mengambangkan pemahaman diri, serta meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Pendidikan dapat membuka peluang, memungkinkan inovasi, dan meningkatkan kualitas kehidupan. Pendidikan memiliki tingkat-tingkat yang berbeda, diantaranya adalah pendidikan pra-sekolah, pendidikan dasar, pendidikan menengah pertama, pendidikan menengah atas, dan pendidikan tinggi.

Pendidikan mencakup nilai-nilai budaya, seperti keberagaman, gotong royong, dan penghormatan terhadap tradisi. Pendidikan dianggap sebagai investasi yang sangat berharga dalam perkembangan individu dan kemajuan masyarakat secara keseluruhan. Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan sistem pendidikan, termasuk upaya dalam meningkatkan akses dan kualitas pendidikan, serta mengintegrasikan teknologi dalam pembelajaran. Pemerintah mewajibkan warga negara Indonesia untuk memperoleh hak pendidikan selama 12 tahun dan disarankan lebih dari itu. Menurut data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil), penduduk Indonesia berjumlah 275,36 juta jiwa pada Juni 2022. Namun hanya sekitar 6% penduduk Indonesia yang sudah mengenyam pendidikan tinggi.

**Tabel 1. 1
Proporsi Penduduk Indonesia menurut Jenjang Pendidikan (Juni 2022)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Jenjang Pendidikan** | **Jumlah Penduduk Indonesia** |
| Tidak/belum sekolah | 65.018.451 jiwa |
| Belum Tamat SD | 30.685.363 jiwa |
| Tamat SD | 64.446.545 jiwa |
| SLTP | 40.035.862 jiwa |
| SLTA | 57.533.189 jiwa |
| D1 dan D2 | 1.126.080 jiwa |
| D3 | 3.517.178 jiwa |
| S1 | 12.081.571 jiwa |
| S2 | 855.757 jiwa |
| S3 | 61.271 jiwa |

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, hanya 6,41% penduduk Indonesia yang sudah mengenyam pendidikan sampai perguruan tinggi. Rinciannya, yang berpendidikan D1 dan D2 proporsinya sebesar 0,41%, D3 jumlah sebesar 1,28%, S1 proporsinya sebesar 4,39%, S2 proporsinya sebesar 0,31%, dan hanya 0,02% penduduk yang sudah mengenyam pendidikan jenjang S3. Jumlah tersebut terbilang kecil dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia yang berpendidikan hingga SLTA, SLTP, dan SD.

Indonesia memiliki berbagai perguruan tinggi dan universitas yang menawarkan program-program akademik serta profesional. Perguruan tinggi menjadi lembaga tempat individu dapat mengejar gelar sarjana (S1), magister (S2), doktor (S3), serta mendapatkan pelatihan dalam berbagai bidang. Perguruan tinggi merupakan tempat dimana pengetahuan diperdalam, keterampilan dikembangkan, dan pemikiran kritis dipupuk. Perguruan tinggi menjadi pusat penelitian dan inovasi yang berkontribusi pada kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta perkembangan sosial ekonomi suatu negara.

**Tabel 1. 2
Jumlah Perguruan Tinggi berdasarkan Provinsi pada Tiap Pulau**

| **Pulau** | **Provinsi** | **Jumlah Perguruan Tinggi** |
| --- | --- | --- |
| Jawa | Jawa Barat | 597 |
| Jawa Timur | 558 |
| DKI Jakarta | 395 |
| Jawa Tengah | 367 |
| Banten | 168 |
| DI Yogyakarta | 135 |
| Kalimantan | Kalimantan Barat | 80 |
| Kalimantan Timur | 78 |
| Kalimantan Selatan | 70 |
| Kalimantan Tengah | 39 |
| Kalimantan Utara | 11 |
| Maluku | Maluku | 43 |
| Maluku Utara | 25 |
| Nusa Tenggara dan Bali | Nusa Tenggara Barat | 90 |
| Nusa Tenggara Timur | 78 |
| Bali | 75 |
| Papua | Papua | 80 |
| Papua Barat | 35 |
| Sulawesi | Sulawesi Selatan | 262 |
| Sulawesi Utara | 93 |
| Sulawesi Tenggara | 58 |
| Sulawesi Tengah | 50 |
| Sulawesi Barat | 32 |
| Gorontalo | 14 |
| Sumatera | Sumatera Utara | 325 |
| Aceh | 151 |
| Sumatera Selatan | 144 |
| Sumatera Barat | 132 |
| Lampung | 122 |
| Riau | 111 |
| Jambi | 64 |
| Kepulauan Riau | 597 |
| Bengkulu | 27 |
| Bangka Belitung | 22 |

Sumber: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi 2020

Berdasarkan data dari statistik pendidikan tinggi 2020 pada tabel 1.2 di atas, pulau Jawa berada di posisi atas dengan jumlah perguruan tinggi terbanyak dibandingkan pulau Kalimantan, Maluku, Papua, Sulawesi, Sumatera, Nusa Tenggara dan Bali. Jawa Barat berada menjadi provinsi yang memiliki jumlah perguruan tinggi terbanyak di pulau Jawa yaitu 597 perguruan tinggi. Perguruan Tinggi di pulau Jawa akan terus bertambah dikarenakan banyak masyarakat Indonesia yang bertempat tinggal di pulau Jawa dan akses pendidikan serta teknologi informasi di pulau Jawa sudah cukup merata.

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas, kota Bandung berada di peringkat pertama dengan jumlah mahasiswa terbanyak, yaitu sebesar 280.900 mahasiswa, diikuti dengan kota Depok dengan 60.603 mahasiswa, dan kota Cimahi berada di posisi ke tiga dengan 41.000 mahasiswa. Kota Bandung memiliki daya tarik tersendiri sebagai pilihan pertama mahasiswa menentukan lokasi perguruan tinggi karena suasananya yang asri dan udara yang sejuk, terlebih kota Bandung merupakan ibu kota Jawa Barat.

**Tabel 1. 3
Jumlah Mahasiswa berdasarkan Kota pada Provinsi Jawa Barat 2021**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kota** | **Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri** | **Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta** | **Jumlah Mahasiswa** |
| Bogor | - | 39.396 | 39.396 |
| Sukabumi | - | 21.175 | 21.175 |
| Bandung | 68.317 | 212.583 | 280.900 |
| Cirebon | - | 25.421 | 25.421 |
| Bekasi | - | 34.604 | 34.604 |
| Depok | 8.152 | 52.451 | 60.603 |
| Cimahi | - | 41.000 | 41.000 |
| Tasikmalaya | 14.368 | 13.511 | 27.879 |
| Banjar | - | 1.551 | 1.551 |

Sumber: bekasikab.bps.go.id

Perguruan tinggi di kota Bandung sudah seharusnya melihat peluang yang bagus dan mempertahankan serta meningkatkan kinerja dari perguruan tinggi itu sendiri. Kepuasan dan kepercayaan mahasiswa terhadap perguruan tinggi harus diperhatikan karena hal tersebut akan menjadi aspek utama mahasiswa ataupun calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.

**Tabel 1. 4
Jumlah Mahasiswa pada Perguruan Tinggi Swasta Bandung 2022**

|  |  |
| --- | --- |
| **Perguruan Tinggi Swasta** | **Jumlah Mahasiswa** |
| Universitas Islam Bandung | 52.443 |
| Universitas Telkom | 31.198 |
| Universitas Pasundan | 18.108 |
| Universitas Widyatama | 13.580 |
| Universitas Komputer Indonesia | 10.171 |
| Universitas Jenderal Achmad Yani | 9.481 |
| Institut Teknologi Nasional Bandung | 8.315 |
|  Universitas Katolik Parahyangan | 6.115 |
| Universitas Kristen Maranatha | 6.066 |
| Universitas Kebangsaan Republik Indonesia | 1.930 |

Sumber: pddikti.kemdikbud.go.id

Berdasarkan data pada tabel 1.4 di atas menunjukkan bahwa Universitas Islam Bandung menduduki posisi pertama dengan jumlah mahasiswa terbanyak yaitu 52.443, lalu disusul oleh Universitas Telkom dengan 31.198 mahasiswa, dan Universitas Pasundan dengan 18.108 mahasiswa. Universitas Kebangsaan Republik Indonesia menempati posisi terakhir dengan jumlah mahasiswa sebanyak 1.930 mahasiswa. Hal tersebut menandakan bahwa sedikit mahasiswa ataupun calon mahasiswa memilih Universitas Kebangsaan Republik Indonesia sebagai instansi untuk melanjutkan pendidikan.

Berdasarkan data pada table 1.5 gambaran perkembangan jumlah mahasiswa UKRI dari tahun 2018 s.d. 2022 menujukan perkembangan, namun demikian jumlah tersebut belum mencapai target yang diharapkan oleh manajemen UKRI. Jumlah Penerima mahasiswa pada setiap tahun mengalami kesenjangan yang cukup besar, menujukan adanya masalah, tingkat ketercapaian cukup rendah, sehingga diperlukan upaya-upaya perbaikan dalam pencaraian dan pengelolaan mahasiswa, agar memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, dan diharpakan dimasa yang akan datang dapat mencapai target-target yang diharapkan.

**Tabel 1.5
Jumlah Mahasiswa Aktif UKRI**

 **2018 – 2022**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Data Per Angkatan | Target Penerimaan Mahasiswa | Jumlah Mahasiswa Aktif | Kesenjangan Target dengan Realisasi |
| 2018 | 275 | 144 | 131 |
| 2019 | 425 | 379  | 46 |
| 2020 | 550 | 395 | 155 |
| 2021 | 650 | 461 | 189 |
| 2022 | 750 | 557 | 193 |
| **Total** | **2650** | **1.936** | **714** |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2023

Realisasi jumlah mahasiswa yang dicapai menggambarkan kinerja universitas yang didalamnya sekaligus menjadi kinerja pemasaran. Kinerja pemasaran ini salah satunya sebagai dampak dari kinerja program-program pemasaran. Kinerja pemasaran terdiri dari volume penjualan, kepuasan dan kepercayaan. Hasil penelitian Iranita (2018), diketahui bahwa *Service Marketing Mix* dan *Customer Value* berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa, hal ini didukung oleh hasil penelitian Bahtera Inovasi, (2018), menunjukkan bahwa bauran pemasaran jasa berpengaruh signifikan baik secara parsial dan stimulan terhadap kepuasan mahasiswa. Selanjutnya A. Nurbani, dkk, (2019), menemukan bahwa kepuasan memiliki memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pada perguruan tinggi swasta.

**Tabel 1. 6
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kinerja Pemasaran pada UKRI**

| **Dimensi** | **Pernyataan** | **STS** | **TS** | **KS** | **S** | **SS** | **Nilai rata-rata** | **Status** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Customers Value* | Kurikulum yang disajikan di UKRI sangat bermanfaat bagi saya. | 1 | 3 | 8 | 15 | 4 | 3,7 | Baik |
| Petugas pelayanan yang ada pada Kampus UKRI sangat membantu dalam setiap urusan saya | 2 | 4 | 6 | 16 | 3 | 3,9 | Baik |
| Setiap urusan dengan Kampus UKRI tidak perna mempersulit saya selama mengikuti kuliah. | 0 | 3 | 6 | 14 | 7 | 3,83 | Baik |
| *Satisfaction* | Merasa puas dengan kelengkapan Pelayanan pada Kampus UKRI | 6 | 3 | 11 | 7 | 3 | 2,93 | Kurang Baik |
| Merasa puas dengan tampilan Kampus UKRI | 1 | 3 | 13 | 10 | 3 | 3,36 | Baik |
| Merasa puas dengan Fasilitas pada Kampus UKRI | 5 | 7 | 6 | 7 | 5 | 3,0 | Kurang Baik |
| *Trust* | Kampus UKRI akan bertanggung jawab atas kesalahan yang terjadi dalam transaksi | 7 | 8 | 7 | 7 | 1 | 2,57 | Kurang Baik |
| Kampus UKRI memastikan pelanggan mendapatkan pengalaman yang baik | 4 | 3 | 12 | 7 | 4 | 3,1 | Kurang Baik |
| Kampus UKRI dilengkapi informasi yang dapat dipercaya | 3 | 7 | 11 | 7 | 2 | 2,93 | Kurang Baik |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 1.5 di atas peneliti melakukan penelitian terhadap 3 (tiga) kinerja pemasaran, yaitu *customer value*, *satisfaction*, dan *trust*. Hasil penelitian pendahuluan kinerja pemasaran pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia menunjukkan bahwa *satisfaction* dan *trust* termasuk ke dalam kategori kurang baik. Berdasarkan permasalahan di atas, walaupun *customer value* pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia baik, tetapi ketika mahasiswa merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan maka akan berdampak pada kepercayaan mahasiswa terhadap Universitas Kebangsaan Republik Indonesia.

**Tabel 1. 7
Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Bauran Pemasaran**

| **Dimensi** | **Pernyataan** | **STS** | **TS** | **KS** | **S** | **SS** | **Nilai rata-rata** | **Status** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Product* | Materi pelajaran yang diterima di UKRI sangat sesuai dengan harapan saya | 3 | 2 | 11 | 9 | 5 | 3,37 | Baik |
| Pelayanan yang dilakukan akademik dari UKRI sangat sesuai dengan harapan saya | 3 | 2 | 6 | 11 | 8 | 3,6 | Baik |
| *Price* | Biaya yang ditawarkan UKRI Sangat Terjanggkau | 1 | 3 | 7 | 16 | 3 | 3,5 | Baik |
| Nilai dan manfaat yang diterima sesuai dengan harga yang ditawarkan | 2 | 3 | 4 | 17 | 4 | 3,6 | Baik |
| *Place* | Lokasi kampus UKRI sangat mudah dijangkau menurut saya | 1 | 0 | 4 | 9 | 16 | 4,3 | Sangat Baik |
| Kampus UKRI sangat banyakkundusip setiap saat dan aman. | 2 | 1 | 4 | 9 | 14 | 4 | Baik |
| *Promotion* | Mengenal UKRI melalui penayangan iklan di media sosial | 1 | 2 | 4 | 13 | 10 | 3,96 | Baik |
| Penayangan informasi tentang UKRI sangat menarik bagi saya | 3 | 3 | 8 | 9 | 7 | 3,5 | Baik |
| *Process* | Proses belajar yang dilaksanakan di UKRI sangat lancar tanpa ada kendala | 1 | 2 | 4 | 13 | 10 | 3,96 | Baik |
| Setiap kegiatan belajar di UKRI memberikan pengalaman sangat baik bagi saya. | 3 | 3 | 8 | 9 | 7 | 3,5 | Baik |
| *People* | Petugas yang melayani mahasiswa di UKRI sangat memahami pekerjaan sesuai dengan tugasnya. | 3 | 5 | 11 | 8 | 3 | 3,1 | Kurang Baik |
| Petugas yang melayani mahasiswa di UKRI sangat Responsif ketika diminta bantuan oleh mahasiswa | 3 | 4 | 11 | 9 | 3 | 3,1 | Kurang Baik |
| *Physical Evidence* | Kelengkapan sarana belajar yang digunakan untuk sangat mendukung kegiatan belajar mengajar. | 3 | 5 | 14 | 5 | 3 | 3 | Kurang Baik |
| Kelengkapan sarana ekstra kulikuler di UKRI yang digunakan untuk sangat lengkap dan mendukung | 3 | 4 | 15 | 5 | 3 | 3 | Kurang Baik |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 1.6 di atas peneliti melakukan penelitian terhadap elemen-elemen bauran pemasaran. Hasil penelitian pendahuluan bauran pemasaran pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia menunjukkan bahwa dimensi *people* dan *physical evidence* termasuk ke dalam kategori kurang baik. Faktor yang terindikasi mempengaruhi *satisfaction* dan *trust* mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia adalah *people* dan *physical evidence*.

Berdasarkan data-data yang sudah dilampirkan dan pengamatan selama beberapa bulan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence* Terhadap Kepuasan serta Implikasinya Pada Kepercayaan (Suatu Survei Pada Mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung”.**

## Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah Penelitian

Identifikasi masalah penelitian merupakan proses perumusan masalah-masalah yang akan diteliti, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang tercakup di dalam peneliatian ini. Berikut akan dipaparkan mengenai identifikasi dan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini.

### Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka dapat peneliti identifikasi masalah pada penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Penduduk Indonesia yang sudah mengenyam pendidikan sampai perguruan tinggi hanya 6,41%.
2. Kota Bandung menempati posisi pertama dengan jumlah mahasiswa terbanyak sebesar 280.900 mahasiswa, yang berarti setiap perguruan tinggi yang berada di kota Bandung memiliki persaingan yang sangat ketat.
3. Jumlah mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia menempati posisi terakhir dengan 1.930 mahasiswa, yang berarti calon mahasiswa kurang berminat dalam memilih Universitas Kebangsaan Republik Indonesia sebagai instansi untuk melanjutkan pendidikan.
4. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan mahasiswa merasa kurang puas, dengan pelayanan yang disampaikan, kelengkapan fasilitas yang dijanjikan Universitas Kebangsaan Republik Indonesia.
5. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan mahasiswa merasa kurang percaya dengan pelayanan yang diberikan atas kesalahan-kesalah dalam pelayanan PBM, dalam transaksi pembayaran, kebenaran dan kecepatan informasi yang disampaikan Universitas Kebangsaan Republik Indonesia.
6. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan sumber daya manusia (*people*) pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia kurang baik, kurang memahami pekerjaan yang menjadi tugasnya dan kurang responsif dalam menanggapi masalah mahasiswa.
7. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bukti fisik (*physical evidence*) pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia kurang baik, sarana prasarana belajar kurang mendukung kegiatan belajar dan kelengkapan sarana ekstra kurikuler/fasilitas kegiatan mahasiswa kurang tersedia.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka masalah pokok dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi mahasiswa mengenai sumber daya manusia (*people*) pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
2. Bagaimana persepsi mahasiswa mengenai bukti fisik (*physical evidence*)

pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.

1. Bagaimana persepsi mahasiswa mengenai kepuasan pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
2. Bagaimana persepsi mahasiswa mengenai kepercayaan pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh *people* dan *physical evidence* terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung baik secara parsial maupun simultan.
4. Seberapa besar pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
5. Seberapa besar pengaruh *people* dan *physical evidence* terhadap kepuasan serta implikasinya pada kepercayaan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung baik secara parsial maupun simultan.

## Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah untuk menganalisis dan mengetahui :

1. Persepsi mahasiswa mengenai sumber daya manusia (*people*) pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
2. Persepsi mahasiswa mengenai bukti fisik (*physical evidence*)pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
3. Persepsi mahasiswa mengenai kepuasan pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
4. Persepsi mahasiswa mengenai kepercayaan pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
5. Besarnya pengaruh *people* dan *physical evidence* terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung baik secara parsial maupun simultan.
6. Besarnya pengaruh kepuasan terhadap kepercayaan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
7. Besarnya pengaruh *people* dan *physical evidence* terhadap kepuasan serta implikasinya pada kepercayaan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung baik secara parsial maupun simultan.

## Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dipercaya dan memberikan manfaat bagi semua pihak yang berhubungan dengan penelitian ini, baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

### Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan bermanfaat sebagai dasar dalam pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang pemasaran pada umumnya dan kinerja bauran pemasaran jasa pendidikan, kepuasan dan kepercayaan pada khususnya.
2. Untuk menerapkan ilmu dan teori yang diperoleh dalam mengaplikasikan keadaan sebenarnya di lapangan.

### Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan informasi, evaluasi, dan masukan kepada manajerial Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan yang telah dijalankan sudah efektif dan menguntungkan
2. Sebagai dasar dalam upaya peningkatan citra Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung sehingga dapat berpengaruh kepada kepuasan dan kepercayaan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung dan akan berdampak terhadap meningkatnya angka mahasiswa aktif.

# BAB IIKAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

## Kajian Pustaka

Kajian pustaka berisi landasan ataupun teori yang berkaitan dengan masalah untuk dijadikan landasan dalam melakukan penelitian. Kajian pustaka ini menjelaskan mengenai manajemen dan organisasi sebagai *grand theory*, manajemen pemasaran sebagai *middle theory*, serta sumber daya manusia, bukti fisik, kepuasan dan kepercayaan sebagai *applied theory*.

### Manajemen

Manajemen semakin diperlukan bagi suatu organisasi karena persaingan yang semakin meningkat, dimana manajemen memiliki arti dalam mengatur atau mengendalikan yang mana hal ini akan sangat berperan penting dalam keberhasilan usaha atau operasional bisnis organisasi dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Masyarakat dapat dengan cepat mengembangkan organisasi dan mengelolanya dengan baik untuk meningkatkan kesejahteraan manusia. Manajemen memerlukan konsep dasar pengetahuan, kemampuan untuk menganalisis situasi, kondisi, sumber daya manusia yang ada dan memikirkan cara yang tepat untuk melaksanakan kegiatan yang saling berkaitan untuk mencapai tujuan.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstong (2018:12) “*Management is the process of designing and maintaining an environment in which individualis, working together in groups, efficiently and accomplish selected aims*”. Artinya manajemen adalah proses merancang dan memelihara lingkungan di mana individualis, bekerja sama dalam kelompok, secara efisien dan mencapai tujuan yang dipilih. George Robert Terry (2018:5) menyatakan bahwa: “*Management is the planning, organizing, leading and controlling of human and other resources to achieve organizational goals afficently and effectively*”.

Sama halnya menurut Sule dan Saeful (2019:4) manajemen pada dasarnya merupakan seni atau proses dalam menyelesaikan sesuatu yang terkait dengan pencapaian tujuan. Menurut Heryana, et al. (2022:1) manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien.

Sumber: George R. Terry (2021:9-10)

**Gambar 2. 1
Unsur-unsur Manajemen**

Menurut George R. Terry (2021:9-10) manajemen mempunyai enam unsur-unsur pokok, yaitu: *man, material, machine, method, money,* dan *market.* Berikut penjelasan tentang masing-masing unsur manajemen yaitu sebagai berikut:

1. *Man* (Manusia)

Manusia di sini merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki organisasi, artinya sumber daya manusia ini sudah memiliki kualifikasi dan kompetensi yang dibutuhkan oleh organisasi. Dalam manajemen, unsur manusia yang paling menentukan keberhasilan organisasi.

1. *Material* (Material)

Material termasuk unsur manajemen, karena dianggap penting dalam proses produksi. Material merupakan bahan mentah, bahan setengah jadi dan bahan jadi kelangsungan proses produksi sangat tergantung dengan ketersediaan bahan.

1. *Machine* (Mesin)

Dalam bidang industri, penggunaan mesin dalam proses produksi adalah sesuatu yang mutlak. Penggunaan mesin dilakukan untuk memperoleh efisiensi kerja sehingga memberikan keuntungan berlipat ganda.

1. *Method* (Metode)

Metode dapat diartikan sebagai suatu cara untuk melakukan pelajaran agar diperoleh hasil yang berkualitas, efektif, dan efisien.

1. *Money* (Uang)

Uang merupakan alat tukar dan alat pengukuran nilai. Hampir semua tindakan dalam proses manajerial membutuhkan dukungan uang, dan bahkan hasil kegiatan yang dicapai juga diukur dengan seberapa besar jumlah uang yang didapat oleh organisasi. Dalam proses tindakan fungsi manajemen, diperlukan pembiayaan, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

1. *Market* (Pasar)

Pasar merupakan tempat memasarkan produk atau jasa. Dengan adanya pasar, maka produk yang di produksinya massal dapat terjual dengan sukses.

#### Fungsi Manajemen

Fungsi-fungsi manajemen sangat diperlukan agar keseluruhan sumber daya yang ada dalam sebuah organisasi dapat dipergunakan secara efektif dan efisien. Fungsi manajemen merupakan kegiatan pokok yang dilakukan dalam suatu perusahaan yang berisi elemen-elemen dasar yang selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang dijadikan acuan oleh perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya untuk mencapai tujuan. Menurut Muhfizar (2021:4) fungsi manajemen adalah sebagai elemen dasar yang harus melekat dalam manajemen sebagai acuan oleh manajer dalam melaksanakan tugas untuk mencapai tujuannya.

Sumber: Aditama (2020:11-20)

**Gambar 2. 2
Fungsi Manajemen**

Berdasarkan gambar 2.2 mengenai fungsi manajemen menurut Aditama (2020:11-20) memiliki 4 fungsi dasar manajemen yaitu sebagai berikut:

1. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan adalah proses yang mendefinisikan tujuan dari organisasi, membuat strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan dari organisasi, serta mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi.

1. *Organizing* (Pengorganisasi)

Pengorganisasian adalah proses kegiatan penyusunan atau alokasi sumber daya organisasi dalam bentuk desain organisasi atau struktur organisasi sesuai dengan tujuan perusahaan yang tertuang di dalam visi dan misi perusahaan, sumber daya organisasi, dan lingkungan bisnis perusahaan tersebut.

1. *Actuating* (Pelaksanaan)

Pelaksanaan adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran yang sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha organisasi.

1. *Controlling (*Pengendalian)

Pengendalian adalah salah satu fungsi manajemen untuk melakukan *control* atau evaluasi terhadap kinerja organisasi.

### Organisasi

Dalam kehidupan manusia, manusia pasti mempunyai tujuan yang berbeda-beda sehingga memerlukan kerjasama dengan orang lain untuk mencapai tujuan tersebut. Organisasi menjadi wadah yang penting dalam mewujudkan kerjasama ini. Ketika individu-individu memiliki tujuan yang saling berbeda, organisasi menyediakan struktur yang memungkinkan mereka untuk menggabungkan upaya, mengkoordinasikan tindakan, dan memanfaatkan keahlian yang beragam guna mencapai hasil yang lebih besar daripada yang bisa dicapai oleh setiap individu secara terpisah.

Menurut Laudon yang dialih bahasakan oleh Chriswan Sungkono (2017:24) bahwa organisasi merupakan struktur formal yang stabil serta formal yang mengambil sumber daya dari lingkungan, kemudian memprosesnya untuk menciptakan *output*. Sedangkan menurut Dian Ari (2017:3) organisasi merupakan sekumpulan orang yang memiliki tujuan, dan teratur secara sistematis memiliki peran, fungsi, dan tugas masing-masing. Menurut Abd. Rohman (2017:76) bahwa organisasi merupakan suatu sistem yang terdiri dari pola aktivitas kerjasama yang dilakukan secara teratur dan berulang-ulang oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

### Bauran Pemasaran

Pemasaran memegang peranan penting dalam pertumbuhan suatu bisnis. Pemasaran dapat membantu memberikan informasi mengenai jasa atau produk yang ditawarkan perusahaan sehingga dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan target pasarnya. Pemasaran jasa memiliki beberapa aspek yang perlu diperhatikan yang biasa disebut dengan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan bagian dari konsep pemasaran untuk mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan dipasar.

Menurut Buchari Alma (2020:205) *marketing mix* merupakan strategi mencampur kegiatan-kegiatan *marketing*, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil paling memuaskan. Kotler dan Armstrong (2021:51) mengemukakan pendapatnya yaitu: “*Marketing mix is the set of tactical marketing tools product, price, place, and promotion that the firm blends to produce the response it wants in the target market*”.

Seperangkat alat-alat pemasaran tersebut diklasifikasikan menjadi empat kelompok yang disebut 4P, sedangkan dalam pemasaran jasa memiliki beberapa alat pemasaran tambahan seperti *people* (orang) , *physical evidence* (fasilitas fisik) dan *process* (proses) sehingga lebih dikenal dengan sebutan 7P, oleh karena itu dapat disimpulkan bauran pemasaran jasa terdiri dari *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *physical evidence* dan *process*. Berikut Gambar 2.4 adalah elemen-elemen bauran pemasaran jasa yang dirujuk dari Kotler dan Armstrong (2021:77):

Sumber: Kotler dan Amstrong (2021:77)

**Gambar 2. 4
Bauran Pemasaran**

1. *Product*, adalah kombinasi barang dan jasa yang ditwarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
2. *Price*, adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh hak kepemilikan atau hak penggunaan suatu produk.
3. *Place*, yaitu tempat termasuk kegiatan perusahaan utuk mendapatkan produknya dipasar kepada pasar sasaran.
4. *Promotion*, merupakan aktivitas untuk mengkomunikasikan keunggunalan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya.
5. *People*, adalah semua pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.
6. *Physical Evidence*, merupakan hal nyata yang turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan
7. *Process*, adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa.

### Perilaku Konsumen

Konsumen memiliki karakter dinamis, yang artinya berubah-ubah. Pola perilaku konsumen yang dinamis dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Pemasar harus mengenal dan memahami perilaku konsumen supaya dapat mendorong konsumen dalam membuat keputusan dengan membelanjakan sumber daya (uang) untuk membeli produk barang/jasa yang ditawarkan pemasar.

Menurut Sumarwan dan Tjiptono (2018:106) perilaku konsumen adalah perilaku individu atau kelompok dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, ide dan/atau pengalaman tertentu. Menurut Aripin dan Negara (2021:45) perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan konsumen yang langsung melekat dalam proses mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses-proses yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

### Sumber Daya Manusia (*People*)

Sumber daya manusia (*people*) sangat penting bagi keberhasilan pemasaran karena dapat mencerminkan bagaimana fakta mengenai internal bisnis tersebut. Pemasar harus memandang konsumen sebagai orang yang memahami kehidupan bisnis secara lebih luas bukan hanya sebagai pembeli yang mengonsumsi produk dan jasa. Meskipun terdapat kemajuan teknologi, banyak layanan yang selalu membutuhkan layanan langsung interaksi antara pelanggan dengan karyawan.

Menurut Zeithaml, et al. (2017:26) mendefinisikan *people* sebagai berikut, *people is all human actors who pay in service delivery and thus influence the buyers perceptions; namely, the firm’s personel, the customer and other customer the service environment*.

Ritonga, et al. (2018:119) menjelaskan bahwa yang termasuk dalam aspek *people* tentu saja bukan hanya konsumen namun semua sumber daya manusia yang terlibat termasuk pekerja atau tim bisnis. Menurut Halim, et al. (2021:6) *people* adalah penggabungan target pasar dan orang-orang yang terkait langsung dengan bisnis. Karyawan perusahaan penting dalam pemasaran karena mereka yang memberikan layanan kepada konsumen. Berdasarkan definisi yang sudah dipaparkan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa *people* adalah semua sumber daya manusia yang berhubungan langsung dengan pelayanan jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

## Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir sebagai dasar pemikiran atas penelitian-penelitian terdahulu. Kerangka pemikiran berisi penjelasan sementara mengenai konsep tentang hubungan antara teori dengan faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang terdapat pada penelitian. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini menjelaskan mengenai hubungan antara variabel independen yaitu *people* dan *physical evidence*, variabel intervening yaitu *e-satisfaction*, serta variabel dependen yaitu *e-trust*.

Pengaruh *people* dan *Physical evidence* terhadap kepuasan serta implikasinya pada kepercayaan mahasiswa adalah faktor-faktor yang sangat penting dalam konteks pengalaman mahasiswa di perguruan tinggi atau lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan perlu berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas dan fasilitas fisik yang memadai yang akan berdampak positif pada pengalaman belajar mahasiswa dan menciptakan iklim pendidikan yang lebih positif serta produktif.

## Hipotesis Penelitian

 Berdasarkan uraian kerangka pemikiran tersebut di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *People* dan *Physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa baik secara parsial maupun simultan.

1. Kepuasan berpengaruh terhadap kepercayaan
2. *People* dan *physical evidence* berpengaruh terhadap kepuasan serta implikasinya pada kepercayaan.

# BAB IIIMETODOLOGI PENELITIAN

## Metode Penelitian

Metode penelitian adalah suatu rancangan penelitian dalam memperoleh informasi maupun data yang berhubungan dengan penelitian serta sebagai alat dalam membantu memecahkan suatu masalah penelitian. Menurut Sugiyono (2022:6) metode survei adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2022:147) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain yang diteliti dan dianalisis sehingga menghasilkan kesimpulan. Gambaran yang akan diperoleh mengenai ciri-ciri variabel yang diteliti, yaitu :

* + - 1. Sumber daya manusia (*people*)pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
			2. Bukti fisik (*physical evidence*) pada Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
			3. Kepuasaan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.
			4. Kepercayaan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung.

## Unit Observasi

Penelitian dilakukan pada mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia Bandung. Waktu penelitian dimulai sejak peneliti mendapatkan persetujuan judul dan membuat proposal. Penelitian ini juga akan terus dilakukan saat keluar Surat Keputusan dari Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasundan sampai dengan berakhirnya bimbingan pada surat keputusan tersebut.

## Variabel Penelitian

Variabel merupakan penjabaran mengenai arti dan makna batasan sejauh mana penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini memiliki variabel-variabel yang bersifat saling mempengaruhi. Menurut Sugiyono (2022:39) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen, variabel dependen, dan variabel intervening.

## Operasional Variabel

 Operasional variabel diperlukan untuk mengubah masalah yang diteliti ke dalam bentuk variabel, kemudian untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait. Operasionalisasi variabel penelitian perlu dibuat agar mudah dalam melakukan penelitian. Operasionalisasi variabel dalam penelitian bertujuan untuk memecahkan variabel menjadi bagian-bagian yang lebih detail agar dapat diketahui ukurannya. Operasionalisasi variabel sebagai upaya penelitian untuk menyusun secara rinci hal-hal yang meliputi nama variabel, konsep variabel, indikator, ukuran dan skala.

## Populasi dan Sampel Penelitian

Berikut akan disampaikan mengenai populasi, sampel, teknik pengumpulan data, dan uji instrumen penelitian.

## Rancangan Analisis Data

Pengolahan data yang terkumpul dari hasil wawancara dan kuesioner dapat dikelompokkan ke dalam tiga langkah, yaitu persiapan, tabulasi, dan penerapan data pada pendekatan penelitian. Persiapan adalah mengumpulkan dan memeriksa kelengkapan lembar kuesioner serta memeriksa kebenaran cara pengisian. Melakukan tabulasi hasil kuesioner dan memberikan nilai (s*corring*) sesuai dengan sistem penilaian yang telah ditetapkan. Kuesioner tertutup dengan menggunakan skala interval 1-5 pada setiap butir kuesioner, nilai yang diperoleh merupakan indikator untuk pasangan variabel independen (X), variabel intervening (Y), dan variabel dependen (Z). Data dari hasil tabulasi diterapkan melalui pendekatan penelitian yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian.

Menurut Sugiyono (2022:147) metode analisis data merupakan suatu cara untuk mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Tahapan analisis dilakukan sampai pada *scoring* dan indeks, dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 5) dengan frekuensi. Pada tahap selanjutnya indeks dihitung dengan metode mean, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut yang menunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden terhadap setiap variabel penelitian.

## Pengujian Hipotesis

 Berdasarkan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka variabel yang dianalisis adalah variabel independen yaitu sumber daya manusia (*people)* dan bukti fisik (*physical evidence*), sedangkan variabel intervening adalah kepuasan, (Y) dan variabel dependen adalah kepercayaan (Z). Dalam penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh *people* dan *physical evidence* terhadap kepuasan dan implikasinya terhadap kepercayaan. Dengan memperhatikan karakteristik variabel yang akan diuji, maka uji statistik yang digunakan adalah melalui perhitungan analisis regresi dan korelasi untuk kedua variabel tersebut.

# BAB IVHASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan mahasiswa Universitas Kebangsaan Republik Indonesia. Peneliti akan menyajikan hasil penelitian berupa gambaran umum Universitas Kebangsaan Republik Indonesia dan karakteristik mahasiswa, hasil analisis deskriptif dari data tiap indikator dari setiap variabel yang diukur, data tiap pertanyaan yang diajukan di dalam kuesioner, dan pengujian hipotesis penelitian serta analisis verifikatif pada bagian ini.

### Gambaran Umum Universitas Kebangsaan Republik Indonesia

Universitas Kebangsaan (UK) adalah Perguruan tinggi pengembangan dari Institut Teknologi Adityawarman (ITA) yang didirikan pada tanggal 15 Agustus 1985 oleh Yayasan Budhi Dharma Pradesa, dengan kampus di jalan Rancabentang, Bandung. Sejak 23 Oktober 1991 berada dibawah naungan Yayasan Pendidikan Kebangsaan dengan kampus di Jl. RE Martadinata Bandung. Sejak tahun akademik 1992-1993 Universitas Kebangsaan Republik Indonesia (UKRI) memiliki kampus sendiri yang terletak di Jalan Terusan Halimun No.37 (Pelajar Pejuang 45) Bandung, Jawa Barat.

Universitas Kebangsaan Republik Indonesia, dibangun dari sebuah cita-cita luhur keluarga besar Prof. Dr. Sumitro Djojohadikusumo untuk membangun bangsa Indonesia menjadi bangsa yang lebih baik. Dengan landasan cita-cita luhur Prof. Dr. Sumitro Djojohadikusumo dengan Prabowo Subianto sebagai Ketua Yayasan Pendidikan Kebangsaan Republik Indonesia membuka kesempatan seluas-luasnya bagi generasi muda sebagai penerus bangsa untuk menimba ilmu seluas-luasnya di Universitas Kebangsaan.

### Gambaran Umum Karakteristik Mahasiswa

Hasil data primer dengan mahasiswa UKRI yang dijadikan sebagai responden, maka di bawah ini dapat terungkap tentang pendapat mahasiswa mengenai sumber daya manusia (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan pengaruhnya terhadap kepuasan serta implikasinya pada kepercayaan mahasiswa. Berikut ini disajikan karakteristik responden yang merupakan mahasiswa UKRI Bandung. Banyaknya mahasiswa yang diambil sebagai sumber data adalah 100 mahasiswa dan para responden memiliki latar belakang dari segi tahun masuk dan fakultas.

### Analisis Deskriptif Penelitian

Analisis data deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sejauh pengaruh sumber daya manusia (*people*) dan bukti fisik (*physical evidence*) terhadap kepuasan serta implikasinya pada kepercayaan (Suatu Survei Pada Mahasiswa UKRI Bandung). Tahapan analisis dilakukan sampai pada scoring dan indeks yang dimana skor merupakan jumlah dari hasil perkalian setiap bobot nilai (1 sampai 5) dengan frekuensi. Kemudian, indeks dihitung dengan metode rata-rata, yaitu membagi total skor dengan jumlah responden. Angka indeks tersebut menunjukkan kesatuan tanggapan seluruh responden pada setiap variabel penelitian.

**Tabel 4. 3
Skala Interval**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Interval** | **Kategori** | **Kategori *People*** | **Kategori *Physical Evidence*** | **Kategori *E-Satisfaction*** | **Kategori *E-Trust*** |
| 1 | 1,00 – 1,80 | Sangat Tidak Setuju | Sangat Tidak Baik | Sangat Tidak Baik | Sangat Tidak Puas | Sangat Tidak Percaya |
| 2 | 1,81 – 2,60 | Tidak Setuju | Tidak Baik | Tidak Baik | Tidak Puas | Tidak Percaya |
| 3 | 2,61 – 3,40 | Kurang Setuju | Kurang Baik | Kurang Baik | Kurang Puas | Kurang Percaya |
| 4 | 3,41 – 4,20 | Setuju | Baik | Baik | Puas | Percaya |
| 5 | 4,21 – 5,00 | Sangat Setuju | Sangat Baik | Sangat Baik | Sangat Puas | Sangat Percaya |

Sumber: Sugiyono (2022:94)

Hasil tanggapan mahasiswa UKRI terhadap pengaruh sumber daya manusia (*people*) dan bukti fisik (*physical evidence*) terhadap kepuasan serta implikasinya pada kepercayaan untuk setiap variabel pada setiap dimensi dan item penyataan dapat dideskripsikan dalam analisis sebagai berikut:

### Uji Instrumen Penelitian

Sub bab uji instrumen penelitian akan di lakukan pengujian kualitas data terlebih dahulu. Uji kualitas yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dengan tujuan untuk mendapatkan persepsi responden, pengumpulan data dilakukan dengan jumlah responden penelitian sebesar 100 responden.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir instrumen. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji Validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan *software* Lisrel 8.8. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai *loading factor* ≥ 0,5 (Zamzam, 2014). Di bawah ini adalah hasil uji validitas pada variabel sumber daya manusia (X1), bukti fisik (X2), kepuasan (Y), dan kepercayaan (Z).

**Tabel 4. 41
Confirmatory Factor Analysis**

| **Variabel** | **Indikator** | ***Loading Factor*** | **Keterangan** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sumber Daya Manusia** | P1 | 0.62 | Valid |
| P2 | 0.74 | Valid |
| P3 | 0.71 | Valid |
| P4 | 0.73 | Valid |
| P5 | 0.8 | Valid |
| P6 | 0.71 | Valid |
| P7 | 0.79 | Valid |
| **Bukti Fisik** | PE1 | 0.71 | Valid |
| PE2 | 0.79 | Valid |
| PE3 | 0.8 | Valid |
| PE4 | 0.75 | Valid |
| PE5 | 0.79 | Valid |
| PE6 | 0.8 | Valid |
| PE7 | 0.74 | Valid |
| PE8 | 0.61 | Valid |
| PE9 | 0.69 | Valid |
| PE10 | 0.77 | Valid |
| **Kepuasan** | ES1 | 0.7 | Valid |
| ES2 | 0.67 | Valid |
| ES3 | 0.73 | Valid |
| ES4 | 0.82 | Valid |
| ES5 | 0.73 | Valid |
| ES6 | 0.72 | Valid |
| ES7 | 0.75 | Valid |
| **Kepercayaan** | ET1 | 0.72 | Valid |
| ET2 | 0.8 | Valid |
| ET3 | 0.84 | Valid |
| ET4 | 0.8 | Valid |
| ET5 | 0.8 | Valid |
| ET6 | 0.77 | Valid |
| ET7 | 0.78 | Valid |
| ET8 | 0.69 | Valid |
| ET9 | 0.67 | Valid |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.41 di atas menunjukkan, bahwa hasil pengolahan instrumen secara keseluruhan dari setiap instrumen pada variabel sumber daya manusia (X1), bukti fisik (X2), kepuasan (Y), dan kepercayaan (Z) memiliki nilai ≥ 0,5 yang menunjukkan bahwa keseluruhan instrumen pada variabel sumber daya manusia, bukti fisik, kepuasan, dan kepercayaan dinyatakan seluruhnya valid.

1. Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak jauh berbeda) jika digunakan berulang kali. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Contruct Reliablity* (CR) dan *Variance Extracted* (VE). Reliabilitas instrumen yang baik dapat dilihat jika nilai CR ≥ 0,7 dan VE ≥ 0,5 (Zamzam, 2014). Uji penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden yang telah mengisi kuesioner sebelumnya. Di bawah ini adalah hasil uji reliabilitas pada variabel sumber daya manusia (X1), bukti fisik (X2), kepuasan (Y), dan kepercayaan (Z).

**Tabel 4. 42
Construct Reliabilty dan Variance Extracted**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | ***Construct Reliability*** | ***Variance Extracted*** | **Keterangan** |
| **Sumber Daya Manusia**  | 0,889 | 0,535 | Reliabel |
| **Bukti Fisik**  | 0,926 | 0,558 | Reliabel |
| **Kepuasan** | 0,890 | 0,538 | Reliabel |
| **Kepercayaan** | 0,927 | 0,586 | Reliabel |

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.2 di atas menunjukkan, bahwa hasil pengolahan secara keseluruhan setiap variabel sumber daya manusia (X1), bukti fisik (X2), kepuasan (Y), dan kepercayaan (Z) telah memenuhi kriteria yaitu memiliki nilai CR ≥ 0,7 dan VE ≥ 0,5 sehingga dinyatakan reliabilitas. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas di atas dapat disimpulkan, bahwa instrumen yang digunakan pada penelitian ini layak digunakan sebagai bahan untuk melaksanakan pengujian statistik.

### Analisis Verifikatif Penelitian

Sub bab ini akan menjelaskan hasil penelitian untuk menjelaskan hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian ini. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*) untuk menganalisis pola hubungan antara variabel dengan tujuan untuk mengukur pengaruh langsung, tidak langsung dan total terhadap variabel sumber daya manusia (X1), bukti fisik (X2), kepuasan (Y), dan kepercayaan (Z). Menganalisis variabel tersebut dengan analisis jalur, maka dibutuhkan 2 struktur. Berikut ini merupakan diagram jalur pengaruh antara keempat variabel di dalam penelitian ini.

**Gambar 4. 1
Struktur Analisis Jalur Pengaruh Antar Variabel**

Gambar diagram jalur seperti disajikan pada Gambar 4.1 dapat diformulasikan ke dalam 2 persamaan struktural sebagai berikut :

1. Persamaan Jalur Struktur Pertama

Y = $P\_{YX1} $+ $P\_{YX2 }$+ $ԑ\_{1}$

1. Persamaan Jalur Struktur Kedua

Z= $P\_{ZY} $+ $ԑ\_{2}$

Keterangan :

Z = Kepercayaan mahasiswa

Y = Kepuasan mahasiswa

X1 = Sumber daya manusia (*people*)

X2 = Bukti fisik (*physical evidence*)

Ρyxi = Koefisien jalur variabel independen terhadap kepuasan pelanggan

rX2X1 = Koefisien korelasi antara variabel independen

Ρzy = Koefisien jalur kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan

ε = pengaruh faktor lain

Sesuai dengan hipotesis penelitian yang diajukan, maka data akan diuji dengan menggunakan analisis jalur *(path analysis).* Analisis jalur mengkaji hubungan sebab akibat yang bersifat struktural dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan mempertimbangkan kompleksitas model. Adapun hubungan (korelasi) antara variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:



**Gambar 4. 2
Diagram Jalur Full Model Pengaruh Sumber Daya Manusia (X1)
dan Bukti Fisik (X2) terhadap Kepuasan (Y) serta Implikasinya
pada Kepercayaan (Z)**

Gambar 4.2 di atas menggambarkan tentang pengaruh variabel Sumber Daya Manusia (X1), dan Bukti Fisik (X2) terhadap Kepuasan (Y) serta implikasinya pada Kepercayaan (Z) pada mahasiswa UKRI Bandung persamaan matematis berdasarkan gambaran tersebut adalah sebagai berikut.

**Struktur I**

Y = 0.566\*X1 + 0.317\*X2, Errorvar.= 0.247 , R² = 0.753

 (0.0577) (0.0322) (0.455)

 9.817 9.844 6.964

**Struktur II**

Z = 0.700\*Y, Errorvar.= 0.657, R² = 0.343

 (0.0984) (1.726)

 7.121 6.964

# BAB VSIMPULAN DAN REKOMENDASI

## Simpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui “Pengaruh Sumber Daya Manusia (*People*) dan Bukti Fisik (*Physical Evidence*) terhadap Kepuasan serta Implikasinya pada Kepercayaan (Suatu Survey pada Mahasiswa UKRI Bandung)”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Sumber daya manusia (*people*) UKRI Bandung, yaitu sebagai berikut:

Sumber daya manusia (*people*) yang diukur dengan dimensi *employees*  dan *customer* diinterpretasikan dalam kategori baik. Terdapat beberapa indikator yang menjadi fokus perbaikan dan peningkatan yaitu pegawai UKRI dalam melayani mahasiswa.

1. Bukti fisik (*physical evidence*) UKRI Bandung, yaitu sebagai berikut:

Bukti fisik (*physical evidence*) yang diukur dengan dimensi*facility exterior*, *facility interior*, dan *other tangibles* diinterpretasikan dalam kategori baik. Terdapat beberapa indikator yang menjadi fokus perbaikan dan peningkatan yaitu gedung kampus harus menunjang PMB, hal ini sangat penting karena banyak mahasiswa dan pegawai kampus serta dosen yang akan mengakses ke dalam gedung.

1. Kepuasan mahasiswa UKRI Bandung, yaitu sebagai berikut:

Kepuasan yang diukur dengan dimensi *performance* dan *expectation* diinterpretasikan dalam kategori baik. Terdapat beberapa indikator yang menjadi fokus perbaikan dan peningkatan yaitu keramah tamahan dosen di UKRI untuk pengalaman akademis dan kesejahteraan sebagai mahasiswa.

1. Kepercayaan mahasiswa UKRI Bandung, yaitu sebagai berikut:

Kepercayaan yang diukur dengan dimensi *ability*, *benevolence*, dan *integrity* diinterpretasikan dalam kategori baik. Terdapat beberapa indikator yang menjadi fokus perbaikan dan peningkatan yaitu UKRI dalam memenuhi janji dan komitmen terhadap mahasiswa.

1. Besarnya pengaruh sumber daya manusia (*people*) terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 37,7% dengan arah hubungan yang positif dan tingkat hubungan yang tinggi/kuat. Besarnya pengaruh bukti fisik (*physical evidence*) terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 37,6% dengan arah hubungan yang positif dan tingkat hubungan yang tinggi/kuat. Besarnya pengaruh sumber daya manusia dan bukti fisik memberikan pengaruh simultan atau bersama-sama sebesar 75,3%. Sedangkan sisanya sebesar 24,7% (100% - 75,3%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam variabel yang diteliti pada penelitian ini.
2. Besarnya pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap kepercayaan mahasiswa memberikan pengaruh sebesar 34,3% pada mahasiswa UKRI Bandung. Sedangkan sisanya sebesar 65,7% (100% - 34,3%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam variabel yang diteliti pada penelitian ini.
3. Besarnya pengaruh sumber daya manusia terhadap kepuasan serta implikasinya pada kepercayaan mahasiswa adalah 39,6% dan besarnya pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan serta implikasinya pada kepercayaan mahasiswa UKRI Bandung adalah 22,2%.

## Rekomendasi

Saran yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pegawai UKRI perlu meningkatkan pelayanan pada mahasiswa, sehingga hal ini perlu dilakukan untuk memastikan bahwa mahasiswa merasakan langsung dampak positif dari layanan yang diberikan UKRI. Dengan memprioritaskan kebutuhan mahasiswa dan menjalankan tindakan perbaikan yang berkelanjutan, institusi dapat menciptakan lingkungan yang mendukung dan membangun hubungan yang positif antara pegawai dan mahasiswa.
2. Gedung kampus di UKRI perlu dioptimalkan untuk mendukung Proses Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB), mengingat banyaknya mahasiswa, pegawai kampus, dan dosen yang akan mengakses gedung tersebut. Penting untuk memastikan bahwa gedung kampus mematuhi standar tinggi dalam hal fungsionalitas, keamanan, dan kenyamanan. Dengan demikian, upaya untuk meningkatkan dan merawat fasilitas fisik kampus akan memberikan dukungan tidak hanya untuk PMB tetapi juga akan menciptakan lingkungan belajar yang positif bagi seluruh komunitas kampus.
3. Keramah tamahan dosen di UKRI perlu ditingkatkan dan difokuskan pada keterbukaan, ketersediaan, dan pemahaman terhadap kebutuhan mahasiswa berdampak positif pada pengalaman belajar dan kesejahteraan. Langkah-langkah seperti respons cepat, partisipasi aktif dalam kegiatan akademis, serta program mentoring dan dukungan kesejahteraan dapat menciptakan lingkungan belajar inklusif. Dengan demikian, langkah-langkah ini tidak hanya menciptakan lingkungan belajar yang inklusif tetapi juga berkontribusi pada kepuasan menyeluruh mahasiswa terhadap pengalaman belajar mereka di UKRI.
4. UKRI perlu memperbaiki kemampuan dalam memenuhi janji dan komitmen terhadap mahasiswa agar dapat meningkatkan kredibilitas mahasiswa. Langkah-langkah perbaikan mencakup komunikasi terhadap janji dan komitmen dengan jelas serta memperkuat koordinasi antardepartemen untuk memastikan implementasi yang konsisten. Evaluasi dan peningkatan sumber daya juga diperlukan untuk mendukung komitmen. Dengan demikian, Perbaikan ini dalam memenuhi janji dan komitmen tidak hanya menguntungkan mahasiswa secara langsung, tetapi juga akan meningkatkan reputasi dan daya saing UKRI sebagai lembaga pendidikan yang bertanggung jawab dan berkualitas serta terpercaya.

# DAFTAR PUSTAKA

Abd. Rohman. (2017). Dasar-dasar Manajemen. Malang. Intelegensia Media.

Aditama, R. A. (2020). Pengantar Manajemen. AE Publishing.

Aliami, S., & Hakimah, E. N. (2020). Bauran Pemasaran Jasa, Citra, dan Kepuasan Mahasiswa: Sebuah Kajian Perguruan Tinggi Swasta di Kediri. *Efektor*, *7*(2), 98–108. https://doi.org/10.29407/e.v7i2.14473

Alma, Buchari. (2020). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Ambartiasari, G., Rahman Lubis, A., & Chan, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Fasilitas Kampus Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Kepada Loyalitas Mahasiswa Politeknik Indonesia Venezuela. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 8(3), 12–23. https://onesearch.id/
Record/IOS6019.article-8833

Arianty, A., Azhmy, M. F., & Pasaribu, F. (2022). Faktor Pengaruh Siswa dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Kota Medan. *Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *2*(3), 207–222. https://journal.fkpt. org/index.php/JAMEK /article/view/351

Assauri, Sofian. (2017). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Badan Pusat Statistik. (2021). Jumlah Mahasiswa berdasarkan Kota pada Provinsi Jawa Barat 2021. https://bekasikab.bps.go.id/statictable/2021/07/12/2405/jumlah-perguruan-tinggi1- mahasiswa2-dan-tenaga-pendidik-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-riset-teknologi-dan-pendidikan-tinggi-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-barat-2018-2019-lanjutan-i.html. Diakses pada tanggal 18 September 2023.

Dian Ari Nugroho. (2017). Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Bisnis, Publik, dan Nirlaba. UB Press.

Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah. Pemasaran Jasa: Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.

Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi. (2020). Statistik Pendidikan Tinggi 2020. https://pddikti.kemdikbud.go.id/asset/data/publikasi/Statistik%20Pendidikan%20Tinggi%202020.pdf. Diakses pada 18 Agustus 2023.

Erpurini, W., Alamsyah, N., & Kencana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen Lazada. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, *3*(4), 763–767. https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1524

Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa:(Strategi, Mengukur Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan). Deepublish.

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, *3*(2), 171–180. https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290

Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Sudarso, A., Purba, B., Lie, D., Mangiring, H., Simarmata, P.,

Harahap, D. A., Amanah, D., Gunarto, M., & Purwanto. (2021). Kualitas Dosen Sebagai Faktor Penentu Mahasiswa Memilih Universitas. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, *12*(2a), 128–135. https://doi.org/10.47927/jikb.v12i2a.206

Harman Malau. (2017). Manajemen Pemasaran. Alfabeta, Bandung.

Harris, L. C., Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). Principles Of Marketing Eighth European Edition.

Heryana, N. (2023). Pengantar Manajemen Bisnis. Batam: Rey Media Grafika.

Iranita. (2018). Pengaruh Service Marketing Mix dan Customer Value Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Maritim Raja Ali Haji Iranita. *Jurnal Bahtera Inovasi*, *2*(1), 11–21. https://ojs.umrah.ac.id/ index.php/bahterainovasi/ article/view/3291/1262

Istianah, Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2018). Analisis Sharia Marketing Mix Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian pada Online Shop Tiws.id. *Jurnal Ekonomi Syariah*, *5*(1), 276–293. https://business.instagram.com/?locale=id\_ID,

Juanim. (2020). Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL. Bandung: PT Refika Aditama.

J. Shultz, Philip William. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa. Edisi. Revisi. Alih bahasa Buchari Alma. CV. Alfabeta. Bandung.

Koesworodjati, Y. (2017). Pengaruh Bauran Pemasan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Implikasinya kepada Kepercayaan Wisatawan Nusantara pada Objek Wisata. *Kontingensi*, *5*(1), 25–44. https://jurnal.dim-unpas. web.id/index.php /JIMK/article/view/37

Kotler dan Keller, (2016): Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). Principle of Marketing. Seventeenth Edition, Pearson Educated Limited, United Kingdom.