

FACTORS AFFECTING TEACHING AND LEARNING'S SATISFACTION: STUDENT'S PERSPECTIVE AS A CONSUMER OF HIGHER EDUCATION

Oleh : Arisetyanto Nugroho ¹⁾, Ujang Sumarwan ²⁾,
Budi Suhardjo ³⁾, dan Kirbrandoko ⁴⁾

This journal described the literatures that build the teaching and learning's satisfaction with students as its consumers that evaluate the quality of a higher education institution. The result showed that the teaching and learning's satisfaction were constructed by the satisfaction of facility, academic staf, administration staf and academic's process. This construction were described after 2 times of more tests, in order to get an easy questioner-for the students.

Key word : Higher education, teaching and learning process, facility, academic staf and administrative staf.

Dunia usaha saat ini diwarnai dengan persaingan yang semakin hebat antara institusi penyedia produk dan pelayanan. Persaingan di perguruan tinggi (PT) juga semakin hebat dengan berkembangnya jumlah PT, program studi dan berbagai program yang ditawarkan, pilihan waktu, dan sistem pembiayaannya saat ini. Situasi ini menuntut setiap PT menciptakan *competitive advantage* agar dapat bersaing di pasar dengan PTS (Perguruan Tinggi Swasta), PTN (Perguruan Tinggi Negeri) dan universitas asing terutama dari Malaysia dan Singapura.

Competitive advantage apa yang dimiliki oleh suatu PT perlu dipahami sehingga PT dapat membangun strategi untuk peningkatan kualitas dan mutu PT yang sudah bagus serta secara bersamaan memperbaiki kualitas dan mutu yang masih lemah. Singkatnya, berbekal pemahaman ini, maka PT dapat melakukan *continuous improvement*.

Mulai tahun 1996, usaha untuk meningkatkan mutu lembaga PT di Indonesia mulai berkembang dengan adanya akreditasi program studi.

Pada tahun 2006 berkembang akreditasi lembaga PT, implementasi sistem manajemen mutu, dan penilaian usaha menjadi PT kelas nasional dan kelas dunia. Jika akreditasi di atas merupakan hasil survey lembaga pemeringkat terhadap universitas, maka di dalam pemasaran kita juga perlu melakukan survey kepuasan mahasiswa, sebagai *stakeholder* utama PT.

Dalam perilaku konsumen, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa (Schifman dan Kanuk, 2007). Bisa terjadi bahwa secara aktual, suatu produk atau jasa mempunyai potensi untuk memenuhi harapan pelanggan tetapi ternyata hasil dari persepsi pelanggan tidak sama dengan apa yang diinginkan oleh produsen. Ini bisa terjadi karena adanya *gap* antara apa yang dipersepsikan oleh produsen (perusahaan) dengan apa yang dipersepsikan oleh pelanggan (Schifman dan Kanuk, 2004).

Bagaimana kepuasan proses belajar mengajar, yang merupakan

¹⁾ Wakil Rektor dan Dosen FE Universitas Mercu Buana - Jakarta
e-mail: arisetyanto@mercubuana.ac.id

proses konsumsi jasa PT oleh mahasiswa merupakan hal penting yang perlu diketahui oleh PT yang bertujuan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang mempengaruhi kepuasan proses belajar mengajar dalam konteks PT di Indonesia, mengelompokkan berbagai hal tersebut menjadi beberapa faktor (kategori) dan membangun pertanyaan yang sesuai dengan tinjauan literatur yang dilakukan dengan manfaat mengurai berbagai literatur yang dapat dipakai untuk membangun pertanyaan-pertanyaan dalam mengukur kepuasan proses belajar mengajar mahasiswa. Hasil dari pembangunan skala pengukuran ini dapat dijadikan alat oleh manajer untuk memonitor berbagai hal yang perlu dibenahi dan ditingkatkan kualitasnya. Selain itu juga dapat dipakai untuk meningkatkan kepuasan proses belajar mengajar mahasiswa.

a). *Satisfaction* (Kepuasan)

Kepuasan adalah faktor utama yang memengaruhi loyalitas mahasiswa sebagai konsumen pendidikan tinggi. Berikut ini adalah uraian berbagai literatur mengenai kepuasan. Menurut Kotler (2000); Zeithaml., *et.al.* (1990); Sumarwan (2002), kepuasan dan ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi kesesuaian (*dis-confirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pada dasarnya kepuasan merefleksikan dampak kinerja suatu produk atau jasa terhadap perasaan konsumen (Rosenberg, 1960 dalam Olsen, 2002).

Kepuasan pelanggan ini sangat penting diperhatikan oleh perusaha-

an sebab berkaitan langsung dengan keberhasilan pemasaran dan penjualan produk perusahaan (Kotler dan Keller, 2007). Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau pelanggan mengatakan bahwa *value* adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas (Kotler dan Keller, 2007).

Nilai bagi pelanggan ini dapat diciptakan melalui atribut-atribut pemasaran perusahaan yang dapat menjadi unsur-unsur stimuli bagi perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian. Jika pembelian yang dilakukan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya atau mampu memberikan kepuasan, maka di masa datang akan terjadi pembelian ulang, bahkan lebih jauh lagi, konsumen yang puas akan menyampaikan rasa puasnya kepada orang lain, baik dalam bentuk cerita (*word of mouth*), atau memberikan rekomendasi (Schifman dan Kanuk, 2007).

Dalam beberapa penelitian tentang kepuasan konsumen, ditemukan bahwa kepuasan *overall* adalah suatu evaluasi global yang terdiri atas kepuasan atas komponen-komponen atribut dari suatu barang atau jasa (Mittal., *et.al.* 1998). Penelitian lainnya dari Czepiel., *et.al.* (1974) mengemukakan bahwa kepuasan atas suatu organisasi merupakan suatu akumulasi, dari sikap yang dihasilkan dari kepuasan terhadap komponen-komponen spesifik, seperti orang dan produk. Sebagai contoh, kepuasan terhadap pengecer dibangun dari

suatu akumulasi dari evaluasi secara tersendiri terhadap tenaga penjual, lingkungan toko, produk, dan faktor lainnya.

Crosby dan Stephens (1987) mengemukakan konsep dari kepuasan konsumen *overall* terhadap jasa (*service*) terdiri atas tiga hal penting, termasuk kepuasan terhadap: (1) *contact person*, (2) *the core service*, dan (3) *the organization*. Hal ini dicontohkan dalam kepuasan *overall* terhadap perusahaan asuransi jiwa, yang terdiri atas komponen kepuasan terhadap agen (*service provider*), jasa utama (*core service*), dan organisasi.

Kepuasan ternyata akan mempengaruhi seorang konsumen untuk melakukan pembelian kembali. Hal ini dikarenakan konsumen telah memiliki pengalaman dengan pihak penyedia jasa di masa lalu, sehingga apabila puas, terdapat kecenderungan konsumen untuk memprioritaskan penyedia jasa yang lama pada saat dibutuhkan (Baker dan Taylor, 1997). Hal tersebut juga terjadi karena konsumen memiliki kepercayaan terhadap penyedia jasa, yang nantinya akan membentuk komitmen konsumen untuk tetap berhubungan dengan penyedia jasa (Bloemer., *et.al.* 2002).

Senada dengan konsep kepuasan yang disampaikan oleh Kotler (2000), dan Zeithaml., *et.al.* (1990) pada literatur pemasaran edukasi, kepuasan mahasiswa dipersepsikan sebagai faktor psikologis atau pendapat subjektif seseorang berdasarkan pengalaman sebelumnya dibandingkan dengan ekspektasi/harapan mahasiswa. Konsep ini dapat didefinisikan dengan beberapa cara, seperti, kepuasan adalah *overall feeling*,

atau *attitude* seseorang mengenai suatu produk setelah mengkonsumsinya. Kepuasan mahasiswa dipersepsikan sebagai sikap mahasiswa yang diperoleh setelah mengalami pengalaman *educational* (Elliott dan Healy, 2002: 2), atau dapat dipersepsikan sebagai evaluasi subjektif mahasiswa berdasarkan pengalamannya dengan edukasi dan kehidupan kampus (Elliot dan Shin, 2002: 198).

Pernyataan terakhir diberikan oleh Hegelsen dan Nettet (2007) adalah definisi kepuasan mahasiswa sebagai hasil dari kondisi psikologis, atau penilaian subjektif berdasarkan dengan apa yang diharapkan oleh mahasiswa dengan apa yang dialaminya. Uraian tinjauan literatur di atas mengenai kepuasan menunjukkan bahwa peran mahasiswa sebagai konsumen pendidikan tinggi perlu diperhatikan dan diurai faktor-faktor yang mempengaruhinya.

b). Proses Belajar Mengajar

Sebelum melakukan telaah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan proses belajar mengajar, maka kita telaah dulu faktor proses belajar mengajarnya. Nisbett menyatakan bahwa proses belajar mengajar memberikan pengaruh yang dirasakan oleh mahasiswa. Artinya proses belajar mengajar mempengaruhi kepuasan dan ketidakpuasan mahasiswa untuk jasa yang diberikan oleh universitas. Didalam penelitian yang dilakukan oleh Nisbett, diperoleh temuan bahwa staf akademik dan mahasiswa perlu menekankan pentingnya koherensi, kontinuitas, dan keterhubungan dalam proses belajar mengajar.

Kepuasan proses belajar mengajar adalah kepuasan yang diperoleh

dari hasil interaksi berbagai pelayanan yang diberikan oleh institusi pendidikan tinggi kepada mahasiswa. Mahasiswa adalah subjek dan konsumen jasa pendidikan tinggi, oleh karena itu, telaah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan proses belajar mengajar dengan perspektif mahasiswa sebagai subjek pun dilakukan.

c). Fasilitas

Faktor pertama yang ditelaah adalah faktor kepuasan fasilitas. June (2006) menyatakan bahwa fasilitas yang lebih diutamakan oleh mahasiswa adalah fasilitas yang berhubungan dengan akademis, bukan administrasi. Fasilitas tersebut adalah ruangan kelas, perpustakaan, teknologi yang mendukung proses belajar mengajar. Selanjutnya fasilitas tersebut adalah toko buku, fasilitas untuk latihan olahraga, asrama, fasilitas rekreasi mahasiswa, fasilitas untuk praktik mahasiswa fakultas teknik, dan ruangan audio visual. Penelitian yang dilakukan June (2006) menggunakan persentase dari jawaban responden dengan pertanyaan yang memakai skala likert 7.

Kondisi lain yang dibutuhkan dalam mendukung proses belajar mengajar adalah tersedianya fasilitas ruangan kelas yang mempunyai daya redam suara dari luar kelas. Sehingga mahasiswa semakin fokus mendengarkan kuliah di dalam kelas seperti yang diungkapkan oleh Earthman dan Lemasters (1998). Semakin bagus daya redam ini, maka mahasiswa semakin puas dengan universitasnya.

Buckley (2005) menyatakan bahwa fasilitas fisik yang disediakan universitas seperti ruangan kelas yang tenang, suhu udara yang terjaga di dalam ruangan kelas, sirkulasi udara

di dalam ruangan kelas, pencahayaan, dan kualitas ruangan untuk meredam suara dari luar ruangan merupakan faktor-faktor yang penting untuk menjaga kepuasan staf akademik dalam proses belajar mengajar di sekolah. Penelitian yang dilakukan oleh Buckley (2005) menggunakan analisa *maximum likelihood probit regression* dengan skala A-F (A=5, B=4, F=0).

McHarg. *et.al.* (2006) menyatakan bahwa fasilitas buku yang disediakan di perpustakaan tetap menjadi pilihan utama mahasiswa dalam meminjam buku, walaupun sudah disediakan akses peminjaman *e-book* melalui perpustakaan *online*. Mahasiswa tetap meminjam buku *hard copy* dan tidak ada peningkatan signifikan dalam peminjaman *e-book* walaupun jumlah *e-book* yang boleh dipinjam ditingkatkan kuotanya. Penelitian ini menggunakan analisa *univariate* untuk menguji signifikansi model. Pertanyaan yang diajukan menggunakan skala likert. Selain itu juga ada perbedaan persepsi antara mahasiswa yang baru kuliah dengan yang sudah berada di atas tahun ke 2. Persepsi mahasiswa tingkat pertama terhadap fasilitas yang dapat dipakai atau diinginkan lebih kecil dibandingkan persepsi mahasiswa di atas tahun kedua. Penelitian ini menggunakan analisa *multivariate anova (manova)*. Pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan skala likert 3 poin.

Erdogan (2008) memaparkan definisi *social facilities* sebagai fasilitas yang mendukung aktifitas sosial mahasiswa. Beberapa fasilitas yang dimasukkan ke dalam kategori ini adalah transportasi dari dan menuju kampus, tunjangan medis,

perpustakaan, keamanan, perlengkapan olahraga, kantin, laboratorium komputer, internet, aktifitas sosial, program kebudayaan, apartemen dan asrama untuk mahasiswa. Clemes (2001) menggunakan pendekatan *service quality* dari Zeithaml. *et.al.* (1985) dalam menguji kepuasan mahasiswa terhadap kualitas universitas. Di dalam penelitian ini, Clemes (2001) mendefinisikan *physical environment* merupakan bagian dari dimensi kualitas teknis sebagai persepsi mahasiswa terhadap fasilitas fisik dan lingkungan kampus.

Berbagai tinjauan literatur yang diperoleh adalah fasilitas yang mempengaruhi kepuasan proses belajar mengajar. Berdasarkan berbagai uraian, maka faktor fasilitas penting untuk dimasukkan di dalam faktor yang mempengaruhi kepuasan proses belajar mengajar dengan pengukuran seperti pada Tabel 1.

faktor staf administrasi yang memberikan pelayanan administrasi pendidikan tinggi kepada mahasiswa. Staf administrasi di dalam perguruan tinggi dapat disebut sebagai karyawan perguruan tinggi. Menurut Martensen dan Gronholdt (2005) untuk menghasilkan lulusan yang berkualitas sesuai dengan yang diharapkan organisasi kerja, diperlukan karyawan yang memiliki kompetensi yang baik pada semua tingkatan manajemen organisasi.

Markwick dan Fill (1995) berpendapat bahwa manajemen dan karyawan yang baik dapat mengkomunikasikan strategi dan nilai-nilai organisasi kepada masyarakat luas. Hal tersebut juga dikuatkan oleh Pelsmacker, *et.al.* (2004) yang menyatakan manajemen dan karyawan merupakan salah satu komponen dari tiga organisasi komunikasi yaitu komunikasi pemasaran, komunikasi organisasi

Tabel 1. Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Terhadap Fasilitas Proses Belajar Mengajar

No.	Pertanyaan
Q01_01	'Fasilitas didalam ruangan kelas?'
Q01_02	'Teknologi wi-fi yang disediakan oleh universitas?'
Q01_03	'Laboratorium di universitas?'
Q01_04	'Kantin yang ada di universitas?'
Q01_05	'Jenis dan jumlah buku yang ada di perpustakaan?'
Q01_06	'Lapangan olahraga yang ada di universitas?'
Q02_07	'Lingkungan kampus yang bersih?'
Q02_08	'Fasilitas kampus yang terawat dengan baik?'
Q02_09	'Ruang terbuka umum yang disediakan oleh universitas?'
Q02_10	'Ruangan diskusi yang disediakan oleh universitas?'
Q02_11	'Fasilitas untuk aktifitas kegiatan kemahasiswaan?'
Q02_12	'Ruangan kelas yang tenang?'
Q02_13	'Ketepatan waktu layanan bus kampus yang disediakan oleh universitas?'
Q02_14	'Jumlah toilet?'
Q02_15	'Kebersihan toilet?'

d). Staf administrasi

Jika sebelumnya adalah fasilitas, maka faktor lain yang diurai adalah

dan *public relation*. Newton (2003) melakukan penelitian mengenai perilaku staf terhadap pengembangan

dan penyampaian materi *e-learning*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pengembangan dan penyampaian materi *e-learning* dipengaruhi oleh antusiasme individu, dengan hanya sedikit saja dipengaruhi oleh faktor hadiah atau insentif untuk staf. Penelitian ini menggunakan analisa anova dengan pertanyaan skala likert 5 poin. Berdasarkan uraian tersebut, maka staf administrasi mempunyai peranan penting dalam memengaruhi kepuasan mahasiswa. Staf administrasi memberikan pelayanan yang mendukung kepuasan proses belajar mengajar dengan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat untuk kepuasan staf administrasi seperti pada Tabel 2.

Kusku (2003) memberikan definisi yang jelas mengenai perbedaan staf administrasi dan staf akademik. Hal ini dilakukan dengan mempertimbangkan bahwa jajaran dekan dan wakil dekan adalah staf administrasi dan juga pengajar di universitas. Chen Chen (2008) menjelaskan bahwa evaluasi kepuasan mahasiswa terhadap staf akademik diperlukan untuk memahami kebutuhan mahasiswa terhadap performa staf akademik. Evaluasi staf akademik ini terdiri dari evaluasi kompetensi dan evaluasi performa pengajar.

Kozanitis (2007) menjelaskan bahwa persepsi evaluasi mahasiswa terhadap reaksi staf akademik mempunyai pengaruh langsung yang

Tabel 2. Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Terhadap Staf Administrasi

No.	Pertanyaan
Q03_01	'Menyampaikan sistem pelayanan administrasi yang jelas di UMB?'
Q03_02	'Menerima kritik dan saran mahasiswa?'
Q03_03	'Ketepatan waktu kerja yang sesuai jadwal?'
Q03_04	'Kemampuan komunikasi?'
Q03_05	'Kecepatan proses kerja?'

e). Staf Akademik

Staf administrasi memberikan pelayanan dalam mengatur proses belajar mengajar, sedangkan yang memberikan pelayanan dalam pengajaran adalah staf akademik. Pendapat lain mengenai pentingnya staf akademik diutarakan oleh Henning-Thurau., *et.al.* (2001), dia menyatakan di dalam proses belajar, mahasiswa peduli dan melihat penawaran (kualitas dari pengajaran yang dipersepsikan oleh mahasiswa, motivasi dan kompetensi profesor dan semua hal yang berhubungan dengan pengajar) terbukti merupakan kualitas utama dan yang paling relevan dalam meningkatkan loyalitas mahasiswa.

positif untuk keinginan mahasiswa meminta arahan. Roediger (2006) menjelaskan bahwa hasil eksploratori ini menunjukkan mahasiswa menginginkan pengajar yang mempunyai pemahaman yang dalam untuk bidang yang diajar, antusias dalam mengajar, *friendly*, dan dapat didekati. Selain itu Marsh (1993) didalam penelitian mengenai evaluasi mahasiswa terhadap efektifitas mengajar menjelaskan bahwa staf akademik, tingkatan dalam kuliah, dan interaksinya mempunyai hubungan yang terbukti dapat meningkatkan efektifitas mengajar. Okwilagwe (2002) mengutarakan bahwa evaluasi mahasiswa terhadap lingkungan kuliah seperti

komitmen staf akademik dalam ketepatan waktu mengajar, konsistensi kehadiran staf akademik dalam mengajar mempengaruhi motivasi mereka dalam belajar. Kember (2006) mengutarakan bahwa lingkungan tempat belajar dipengaruhi oleh peran staf akademik yang membantu mahasiswa dalam kuliah, memotivasi mereka dalam belajar, dan proaktif membuat teknik-teknik yang dapat meningkatkan minat mahasiswa untuk belajar.

Uraian di atas menunjukkan bahwa staf akademik memberikan pelayanan dalam pengajaran dan mempengaruhi kepuasan proses belajar mengajar mahasiswa. Staf akademik berinteraksi dengan mahasiswa dan mengkomunikasikan pengetahuannya kepada mahasiswa. Proses transfer ilmu pengetahuan inilah yang dinikmati oleh mahasiswa dan dinilai tingkat kepuasannya, sehingga kepuasan staf akademik dapat diukur melalui beberapa pertanyaan seperti pada Tabel 3.

akademis ini diuraikan Fedor dan Bettenhausen (1989) juga mengindikasikan bahwa instruktur senang dengan sistem *feedback* jangka pendek. Morstain (1977) melakukan penelitian analisa kepuasan mahasiswa terhadap program akademis kampus. Hasil penelitian ini menunjukkan mahasiswa yang tidak puas mempunyai orientasi belajar yang berbeda dengan mahasiswa yang puas dan cukup puas.

Pascarella. *et.al.* (1978) meneliti tentang hubungan interaksi mahasiswa dengan fakultas dan hubungannya terhadap performa akademis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hubungan interaksi informal mahasiswa dengan pengajar mungkin dapat meningkatkan prestasi akademik mahasiswa. Selain itu hubungan antara mahasiswa dengan fakultas di dalam interaksi informal ternyata tidak selalu meningkatkan nilai akademis. Marlin (1987) melakukan penelitian tentang persepsi mahasiswa terhadap evaluasi akademis akhir

Tabel 3. Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Terhadap Staf Akademik

No.	Pertanyaan
Q04_01	'Menjelaskan metode evaluasi perkuliahan?'
Q04_02	'Memahami kesulitan mahasiswa dalam kuliah?'
Q04_03	'Mengkomunikasikan pemikirannya dengan jelas?'
Q04_04	'Ketepatan waktu mengajar?'
Q04_05	'Memotivasi mahasiswa untuk belajar?'
Q04_06	'Kecepatan memberikan nilai ujian?'

f). Proses Akademis

Setelah memberikan pengajaran, maka pertanyaan selanjutnya adalah bagaimana menguji mahasiswa dalam memahami ilmu pengetahuan yang disampaikan. Bagaimana proses akademis yang dilakukan oleh pendidikan tinggi untuk menguji kemampuan mahasiswa. Proses

semester. Hasil dari penelitian ini menunjukkan: Pertama, prosedur yang sudah dilaksanakan sekarang seperti menulis di kertas evaluasi dosen sudah cukup memadai. Mahasiswa juga tidak mempunyai intensi untuk memberikan hasil yang tidak jujur untuk menyenangkan fakultas atau dosennya. Artinya, jawaban

yang diberikan memang merupakan jawaban yang obyektif. Kedua, walaupun hasil dari evaluasi ini dipaparkan kepada fakultas dan staf admi-

oleh staf akademik. Pertanyaan-pertanyaan yang dibuat untuk kepuasan proses akademis seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Pengukuran Kepuasan Mahasiswa Terhadap Proses Akademis

No.	Pertanyaan
Q04_01	'Memberikan penilaian tes yang konsisten dengan tujuan mata kuliahnya?'
Q04_02	'Memberikan penilaian tugas yang konsisten dengan tujuan mata kuliahnya?'
Q04_03	'Memberikan penilaian paper yang konsisten dengan tujuan mata kuliahnya?'
Q04_04	'Memberikan penilaian presentasi yang konsisten dengan tujuan mata kuliahnya?'
Q04_05	'Konsistensi materi kuliah dengan SAP ?'

nistrasi, namun mereka tidak memberikan perhatian khusus untuk hasil evaluasi tersebut. Ketiga, hasil evaluasi dari mahasiswa tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap karir staf administrasi fakultas. Penelitian ini melakukan analisis *mean* dengan pertanyaan skala likert 5 poin.

Conrad dan Conrad (2001) melakukan penelitian untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi reputasi akademis dan hubungannya dengan keinginan mahasiswa untuk datang kuliah. Terenzini. *et. al.* (1984) melakukan penelitian untuk memahami persepsi mahasiswa terhadap pengaruh yang dapat mengembangkan kemampuan akademisnya Hasil dari penelitian ini menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara lamanya mahasiswa kuliah dengan akumulasi kemampuan akademis mahasiswa.

Berdasarkan berbagai uraian di atas, maka proses akademis juga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan proses belajar mengajar. Dalam beberapa kasus ternyata proses akademis bukan hanya sebagai ujian, namun juga bagian proses mahasiswa untuk memahami ilmu pengetahuan yang disampaikan

KESIMPULAN

Mahasiswa adalah objek analisis di dalam uraian kepuasan proses belajar mengajar dalam konteks PT. Oleh karena itu berbagai tinjauan literatur diurai untuk selanjutnya dikaji hubungannya dengan kepuasan mahasiswa. Berdasarkan tinjauan literatur, terdapat empat faktor yang mempengaruhi kepuasan proses belajar mengajar yaitu staf akademik, staf administrasi, fasilitas dan proses akademis. Kepuasan ke empat faktor ini sesuai uraian tersebut memberikan pengaruh kepada kepuasan proses belajar mengajar mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Baker, T.L., Taylor, S.A. 1997. "Patient satisfaction and service quality in the formation of customers' future purchase intentions in competitive health service settings". *Health Marketing Quarterly*, Vol. 15 No.1. pp.1-15.
- Bloemer, J., Brijis, T., Vanhoof, K. and Swinnen, G. 2002. *Comparing Complete and*

- Partial Classification for Identifying Customers at Risk. *International journal of research in marketing*, 20, 117-131.
- Buckley, J., Schneider, M., Shang, Yi. 2005. Fix It and They Might Stay: Quality and Teacher Retention in Washington DC. *Teachers College Record* Volume 107, Number 5, May 2005. pp. 1107-1123.
- Chen Chun Chen. 2008. Differences in Student Evaluation of Core and Elective Courses. Dissertation. San Diego.
- Clemes, M., Ozanne, L. K., Tram, Lam. 2001. An Examination of Students' Perceptions of Service Quality in Higher Education. *Journal of Marketing for Higher Education*. Vol. 10(3).
- Conrad, M. J., Conrad, M. 2001. Factors That Predict Academic Reputation Don't Always Predict Desire to Attend. *Journal of Marketing for Higher Education*. Vol. 11(4).
- Crosby, L. A., Stephens, N. 1987. Effects of Relationship Marketing on Relationship Satisfaction, Retention and Prices in the Life Insurance Industry, *Journal of Marketing Research*, 24(November): 404 - 411.
- Czepiel, L. J. A., Rosenberg and A. Akerele, "Perspectives on Consumer Satisfaction Proceedings of the 1974 National Conference, American Marketing Association Chicago: American Marketing Association, 1975: 119-123. Reprinted in Japan in YTV Report. No. 98 (May 1975): 64-69.
- Earthman, G. I., and L. Lemasters. 1998. Where children learn: A discussion of how a facility affects learning. Paper presented at the annual meeting of the Virginia Educational Facility Planners, Blacksburg, Va., February. (ERIC Document Reproduction Service No. ED419368).
- Elliott, K. M. & M. A. Healy. 2001. Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention. *Journal of Marketing for Higher Education*. 10(4):1-11.
- Erdogan, M., Usak, M., Aydin, H. 2008. Investigating Prospective Teacher' Satisfaction with Social Services and Facilities in Turkish Universities. *Journal of Baltic Science Education*. Vol. 7, No. 1.
- Fedor, D. B. & Bettenhausen, K. C. 1989. The impact of purpose, participant preconceptions and self-serving bias on the acceptance of peer evaluations. *Group and Organization Studies*. 14, 182-197.
- Helgesen, O. and E. Nettet. 2007, Images, Satisfaction and Antecedents: Drivers of Student Loyalty? A Case study of Norwegian University College. *Corporation Reputation Review*. vol. 10 No. 1. pp. 38 -59.

- June, A. W. 2006. Facilities Play a Key Role in Students' Enrollment Decisions, Study Finds. *Chronicle of Higher Education*. Vol. 52 Issue 40.
- Kember, D., Leung, Doris YP. 2006. Characterising a teaching and learning environment conducive to making demands on students while not making their workload excessive. *Studies in Higher Education* Vol. 31, No. 2, April 2006. pp. 185-198.
- Kotler, P. and Keller. 2007. *Consumer Behaviour*. Prentice Hall Inc.
- Kotler, P. dan A.B. Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat.
- Kozanitis, A., Chouinard, R., Desbiens, J. F. 2007. Perception of Teacher Support and Reaction Towards Questioning: Its Relation to Instrumental Help-seeking and Motivation to Learn. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*. 2007, Volume 19, Number 3, 238-250.
- Markwick, N. & Fill, C. 1995. Towards a framework for managing corporate identity, *European Journal of Marketing*, no. 31, number 5/6. p. 396-409.
- Marlin, J. W. 1987. Student Perceptions of End-of-Course Evaluations. *The Journal of Higher Education*. Vol. 58, No. 6 (Nov.-Dec., 1987). pp. 704-716 Published.
- Marsh, H., Bailey, Michael. 1993. Multidimensional Student Evaluation of Teaching Effectiveness. *Journal of Higher Education* Vol 64, No 1.
- Martensen & Grønholdt. 2005. Driving profitable growth: A study of essential management practices.
- McHarg, J., Goding, L., Caldarone, L., De Bere, S. R., McLachlan, J. 2006. Availability of a virtual learning environment does not compensate for the lack of a physical facility. *Medical Teacher*. Vol. 28, No. 3, 2006. pp. 258-263.
- Mittal, V., Ross, W.T., Baldasare, P.M. 1998. "The asymmetric impact of negative and positive attribute-level performance on overall satisfaction and repurchase intentions". *Journal of Marketing*. Vol. 62 No. (January). pp.33-47.
- Morstein, B. R. 1977. An Analysis of Students' Satisfaction with Their Academic Program Source: *The Journal of Higher Education*. Vol. 48, No. 1 (Jan.-Feb., 1977). pp. 1-16.
- Newton, R. 2003. Staf Attitudes To The Development and Delivery of E-Learning *New Library World*; 2003; 104, 10; ABI/INFORM Global pg. 412.
- Okwilagwe, E A. 2002. Nigerian Student Perception of Academic Department as Teaching and Learning Environment. *Research in Education* No. 68.
- Pascarella, E. T., Terenzini, P. T., Hibel, J., Student-Faculty Interactional Settings and Their Relationship to

- Predicted Academic Performance.
- Pelsmacker P., Geuens M., Van Den Bergh J. 2004. Marketing communications-2nd edition. 616 p. Pearson Education Limited.
- Schiffman, L. G. dan L. L. Kanuk. 2007. Perilaku Konsumen, cetakan kedua, PT.
- Sumarwan, U. 2002. Perilaku Konsumen, Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.
- Terenzini, P. T., Theophilides, C., Lorang, W. G. Influences on Students' Perceptions of Their Academic Skill Development during College. The Journal of Highee Education. Vol. 55, No. 5 (Sep.-Oct., 1984). pp. 621-636.
- Thorsten., Henning - Thureau; Langer, M. F. and Hansen, U. 2001. "Modelling and Managing Student Loyalty: An Approach Based on the Concept of Relationship Quality". Journal of Service Reseach. Vol. 3, No. 4. pp. 339-344.
- Voss, R., Gruber, T. 2006. The desired teaching qualities of lecturers in higher education: a means end analysis. Quality Assurance in Education Vol. 14 No. 3, 2006 pp. 217-242.
- Zeithaml, V., Parasuraman and Berry, I. 1990. Delivery Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectation. the Free Press. New York.
- Zeithaml, V., Parasuraman, and Berry, I. 1990. Delivery Quality Service, Balancing.

-oOo-

This document was created with Win2PDF available at <http://www.daneprairie.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.