



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DOSEN, PELAYANAN
AKADEMIK, FASILITAS PENDIDIKAN DAN CITRA MEREK
LEMBAGA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Dhea Rimba Puspitasari

21801081355



UNIVERSITAS ISLAM MALANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MALANG

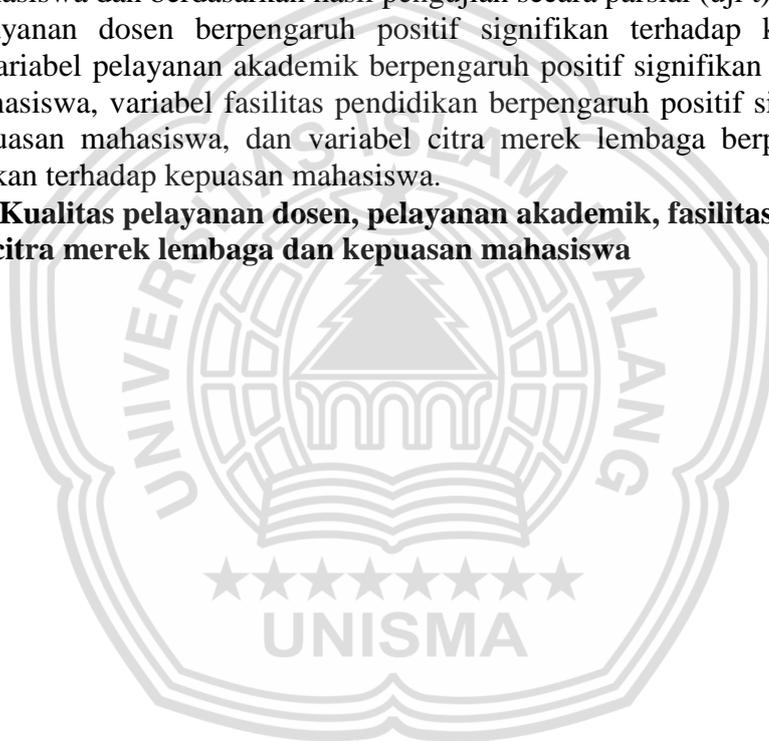
2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Dosen, Pelayanan Akademik, Fasilitas Pendidikan, dan Citra Merek Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang angkatan 2018. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif yang menggunakan analisis regresi linier berganda.

Pengujian data yang digunakan adalah pengujian hipotesis simultan (F) dan pengujian hipotesis parsial (t). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas pelayanan dosen, pelayanan akademik, fasilitas pendidikan dan citra merek lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dan berdasarkan hasil pengujian secara parsial (uji t) variabel Kualitas pelayanan dosen berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, variabel pelayanan akademik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, variabel fasilitas pendidikan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, dan variabel citra merek lembaga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Kata kunci : Kualitas pelayanan dosen, pelayanan akademik, fasilitas pendidikan, citra merek lembaga dan kepuasan mahasiswa

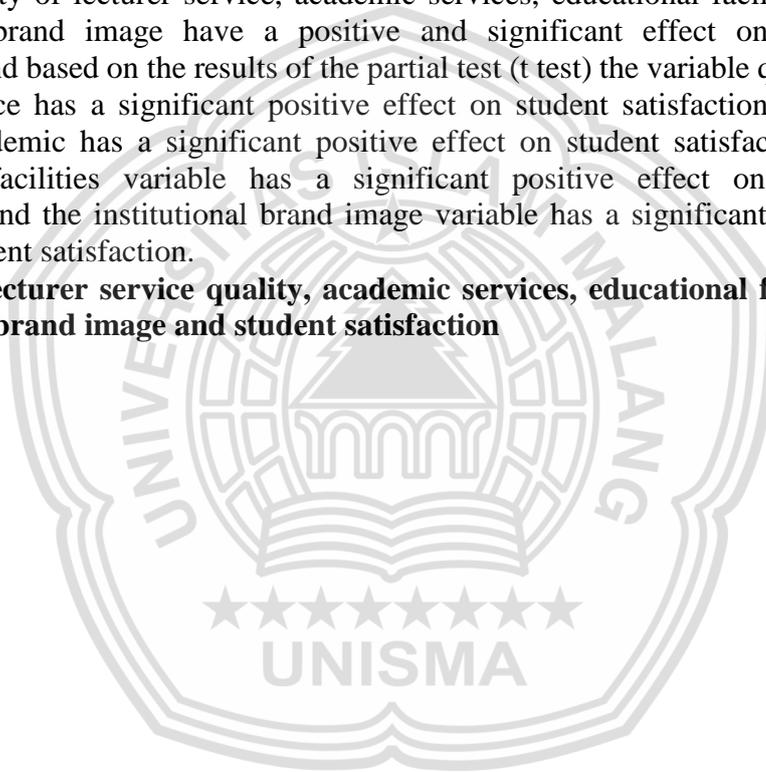


ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Lecturer Service Quality, Academic Services, Education Facilities, and Institutional Brand Image on Student Satisfaction of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang. The sample used in this study was 100 active students of the Faculty of Economics and Business, Islamic University of Malang batch 2018. The data analysis method used in this study was quantitative data analysis using multiple linear regression analysis.

Testing the data used is simultaneous hypothesis testing (F) and partial hypothesis testing (t). The results of this study indicate that simultaneously the variable quality of lecturer service, academic services, educational facilities and institutional brand image have a positive and significant effect on student satisfaction and based on the results of the partial test (t test) the variable quality of lecturer service has a significant positive effect on student satisfaction, service variable Academic has a significant positive effect on student satisfaction, the educational facilities variable has a significant positive effect on student satisfaction, and the institutional brand image variable has a significant positive effect on student satisfaction.

Keywords: lecturer service quality, academic services, educational facilities, institutional brand image and student satisfaction



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan sekarang ini yang memasuki era baru dimana di nilai sangat penting dan akan dapat mempengaruhi kehidupan seseorang di masa depan. Hal ini terlihat dari semakin meningkatnya minat masyarakat tentang dunia pendidikan. Pendidikan saat ini menjadi sebuah kebutuhan pokok yang akan menjadi salah satu penunjang keberhasilan dan kesuksesan masyarakat (Robihim, 2020).

Pendidikan juga berpengaruh besar bagi suatu negara. Negara akan di nilai bagus dan berkompeten jika memiliki sumber daya manusia yang unggul dan berkompetitif. Dan juga negara yang memiliki sumber daya manusia yang unggul akan bisa beradaptasi dengan perkembangan yang terjadi di dunia. Hal ini yang membuat banyak negara fokus melakukan pembangunan di dunia pendidikan (Kurbani, 2017).

Pembangunan pendidikan di Indonesia sendiri sudah cukup baik, dengan adanya beberapa jenjang pendidikan yang di mulai dari jenjang TK (Taman kanak-kanak), jenjang SD (Sekolah dasar), SMP (Sekolah menengah pertama), SMA (Sekolah menengah atas), sampai dengan jenjang perguruan tinggi (PTN/PTS). Perguruan tinggi dinilai sebagai jenjang pendidikan yang lebih tinggi dari sekolah menengah atas yang diharapkan dapat memaksimalkan tujuans dan fungsi dari sebuah pendidikan itu sendiri (Hanafi:2020).

Perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan yang tinggi dimana di sini diterapkan bagaimana cara belajar dan mulai bertanggung jawab akan diri sendiri.

Diajarkan cara mengembangkan kemampuan dan membentuk sifat diri yang beradab dan bermartabat untuk membantu pengembangan bangsa, dan mengetahui serta membantu mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat (Permana et al., 2018).

Karena jenjang pendidikan perguruan tinggi ini merupakan pendidikan tingkat lanjut dari sekolah menengah atas, penyediaan jasa layanan, fasilitas akademik dan citra merek lembaga harus diperhatikan karena akan menunjang mahasiswa untuk memiliki kemampuan akademis dan profesional supaya nantinya ilmu yang di dapat diterapkan, dikembangkan dan menciptakan ilmu pengetahuan di masyarakat. Sesuai dengan yang diharapkan dalam UU 2 tahun 1989 pasal 26 ayat (1) (Republik Indonesia, 1989).

Perguruan tinggi yang merupakan bidang penyedia jasa pembelajaran, harus memperhatikan jasa pelayanan kepada mahasiswa selaku konsumen, sehingga Perguruan Tinggi dapat bersaing dengan perguruan tinggi lainnya. Karena semakin banyak bermunculan perguruan-perguruan tinggi yang bermunculan dan menawarkan beragam layanan tinggi kepada mahasiswa, maka dengan begitu perguruan tinggi harus memiliki keunggulan yang kompetitif supaya dapat memenangkan persaingan antar Perguruan Tinggi (PTN dan PTS) (Permana:2018).

Banyak keunggulan kompetitif yang harus di terapkan di perguruan tinggi agar menarik dan menjadikan mahasiswa loyal kepada institusi. Salah satunya adalah pelayanan dan fasilitas yang di dapatkan mahasiswa sehingga terjadi sebuah kepuasan konsumen. Karena kepuasan merupakan salah satu upaya untuk menciptakan hubungan yang baik antara institusi sebagai penyedia jasa dan mahasiswa sebagai konsumen (Nurlia, 2019).

Pelayanan dan fasilitas merupakan salah satu aspek penting yang harus diperhatikan oleh perguruan tinggi yang bekerja di bidang penyedia jasa. Untuk meningkatkan daya saing yang semakin ketat, fasilitas pendidikan dan juga citra merek suatu lembaga juga harus terus di tingkatkan. Berbagai hal tersebut akan mempengaruhi daya minat mahasiswa dan menjadikan tolak ukur kepuasan mahasiswa selaku konsumen atau penerima jasa. Kepuasan yang lebih yang didapat mahasiswa akan berdampak positif dan menjadikan mahasiswa loyal terhadap perguruan tinggi tersebut. Pelayanan dan fasilitas merupakan kegiatan yang diharapkan dapat menjadikan mahasiswa selaku konsumen dan perguruan tinggi selaku penyedia jasa untuk membentuk hubungan yang baik dan membangun tujuan yang sama dengan prinsip saling menguntungkan. Kepuasan mahasiswa diharapkan akan membentuk dampak yang positif terhadap institusi dan memberikan dampak yang baik untuk jangka panjang ke depannya (Firdaus et al., 2021).

Pelayanan dan fasilitas yang baik yaitu yang dapat memahami kebutuhan dan keinginan mahasiswa selaku konsumen dan dapat memberikan nilai lebih kepada mahasiswa sehingga dapat meningkatkan citra merek lembaga yang baik di benak mahasiswa selaku konsumen. Citra merek lembaga merupakan sebuah ingatan ataupun penilaian yang ada di benak konsumen yang didapat dari hasil yang telah dirasakan konsumen terhadap merek atau brand tersebut (Rane et al., 2020).

Universitas Islam Malang adalah salah satu perguruan tinggi swasta yang berada di kota Malang dan merupakan salah satu perguruan tinggi yang memiliki daya saing tinggi. Dimana Universitas Islam Malang terus meningkatkan kualitasnya untuk dapat bersaing secara nasional dan internasional. Di Universitas

Islam Malang terdapat 10 fakultas yang tersedia yang terdiri dari 23 program. Salah satu program unggulan yang ada di Universitas Islam Malang adalah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (Universitas Islam Malang, 2021).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang berdiri pada tanggal 11 juni 1981. Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang atas prakarsa beberapa tokoh pendidikan dan para ulama' di Malang. Pendirian ini bermaksud untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan nasional untuk meningkatkan sumber daya manusia di bidang pendidikan yang menguasai ilmu pengetahuan dengan tetap berlandaskan pada ajaran Islam *Ahlussunah Wal Jamaa'ah*. Program studi yang berdiri bersamaan dengan berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang pada waktu itu adalah program studi manajemen. Pada tahun 1985 didirikan program studi Akuntansi dan tahun 2017 di buka program studi Perbankan Syariah (Universitas Islam Malang, 2021).

Program studi manajemen merupakan program studi pertama yang ada saat berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Program Studi Manajemen di tahun 2015 berhasil meningkatkan status menjadi Ter akreditasi "A" dengan Surat Keputusan BAN Perguruan Tinggi No: 773/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2015 (Universitas Islam Malang, 2021).

Program studi akuntansi merupakan program kedua yang ada setelah program studi manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Program studi akuntansi ini mampu menghasilkan sarjana/lulusan yang berkompeten di dunia akuntansi dan pajak yang berlandaskan *Ahlussunah Wal Jamaa'ah*. Program Studi S-1 Akuntansi naik status Ter akreditasi "A" di tahun 2017 berdasarkan Surat dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Republik

Indonesia No. 4500/SK/BAN-PT/Akred/S/ XI/2017 (Universitas Islam Malang, 2021).

Perbankan syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang yang berdiri pada tahun 2017 berdasarkan keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam No. 1081 Tahun 2017 (Terakreditasi). Program study perbankan syariah dapat menghasilkan sarjana menjadi bankin syariah yang profesionalis dilandasi dengan iman dan taqwa serta *Ahlussunah Wal Jamaa'ah* (Universitas Islam Malang, 2021).

Dapat disimpulkan dari penjelasan di atas bahwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas akademik demi menunjang kegiatan pembelajaran untuk mahasiswa dan mempertahankan status Ter akreditasi (Hanafi:2020).

Fasilitas yang di tersedia seperti perpustakaan, parkir kampus, masjid, gedung pembelajaran, gazebo, laboratorium manajemen terpadu, laboratorium pajak, laboratorium computer dan internet, laboratorium akuntansi, laboratorium audit dan keuangan syariah, dan bengkel wirausaha mahasiswa (Universitas Islam Malang, 2021).

Peningkatan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang dapat berkompetisi dengan perguruan tinggi swasta dimalang. Hal ini di tunjang dengan adanya fasilitas dan pelayanan yang diberikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang mulai dari ruang perkuliahan, infrastruktur gedung, dan penyandang status Ter akreditasi, yang menjadikan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang dapat

dipercaya masyarakat untuk tempat menuntut ilmu lebih lanjut di perguruan tinggi. Dari hal tersebut juga dapat di lihat bahwa citra merek Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang baik di mata masyarakat sehingga masyarakat memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang sebagai tempat menimba ilmu di perguruan tinggi. Mahasiswa sebagai konsumen sudah seharusnya mendapatkan pelayanan dan fasilitas yang baik untuk menunjang kegiatan belajar (Hanafi:2020).

Apabila mahasiswa merasa puas dengan apa yang didapat mulai dari pelayan dan fasilitas hal tersebut akan menjadikan mahasiswa loyal terhadap institusi. Ketika mahasiswa loyal dan merasa memiliki kesan baik terhadap institusi hal tersebut akan berdampak positif dan tentunya hal tersebut akan di sharing ke teman, kerabat, keluarga maupun masyarakat, dan hal ini akan berdampak positif juga terhadap fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang (Robihim: 2020).

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang di harapkan agar bisa memberikan pendidikan secara maksimal baik dari segi dosen dan juga segi pendidikannya. Hal lain yang harus terus ditingkatkan adalah pelayanan akademis, fasilitas pendidikan dan yang ditawarkan semakin baik akan memberikan dampak baik terhadap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang Hal tersebut juga berdampak terhadap citra merek lembaga yang dinilai baik oleh masyarakat dan akan menjadikannya sebuah rekomendasi tempat yang baik untuk menimba ilmu perekonomian (Rane et al., 2020.)

Menurut Keller dan Kotler, (2009 : 177), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang

dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Kepuasan mahasiswa sebagai konsumen akan berdampak besar bagi institusi, dengan adanya pelayanan yang baik, fasilitas yang memadai hal tersebut akan membuat mahasiswa merasa senang dan puas telah menimba ilmu di institusi tersebut. Loyalitas mahasiswa akan tumbuh dari perasaan puas yang didapat dari belajar di Universitas Islam Malang. Dalam peningkatan pelayanan perlu sebuah kritik dan saran dari mahasiswa agar diketahui hal apa saja yang perlu diperbarui atau dibenahi dan hal apa saja yang perlu dipertahankan, namun karena setiap mahasiswa memiliki perbedaan pendapat terhadap penilaian pelayanan, fasilitas dan citra merek lembaga. Maka perlu dibuat prioritas dalam peningkatan program belajar untuk meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas dan citra merek lembaga di kalangan mahasiswa (Hanafi:2020).

Dilakukannya penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DOSEN, PELAYANAN AKADEMIK, FASILITAS PENDIDIKAN DAN CITRA MEREK LEMBAGA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM MALANG” Untuk mengetahui apakah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang mampu memberikan pelayanan dan fasilitas yang memadai seperti yang di harapkan mahasiswa dan bagaimana citra merek lembaga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang di mata mahasiswa.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh pelayanan dosen terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang?

3. Bagaimana pengaruh fasilitas pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang?
4. Bagaimana pengaruh citra merek lembaga terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang?
5. Bagaimana pengaruh pelayanan dosen, pelayanan akademik, fasilitas pendidikan dan citra merek lembaga secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh pelayanan dosen terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh fasilitas pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh citra merek lembaga terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang
5. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh pelayanan dosen, pelayanan akademik, fasilitas pendidikan dan

citra merek lembaga terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

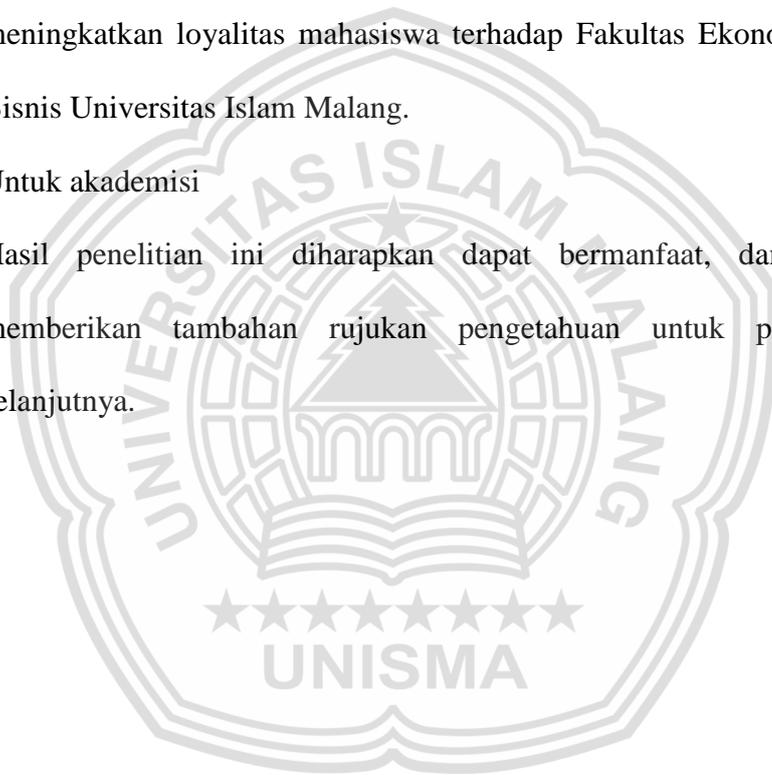
1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Untuk institusi

Sebagai bahan pertimbangan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan jasa sehingga kepuasan mahasiswa meningkat dan meningkatkan loyalitas mahasiswa terhadap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang.

2. Untuk akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, dan dapat memberikan tambahan rujukan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya.



BAB V SIMPULAN DAN SARAN

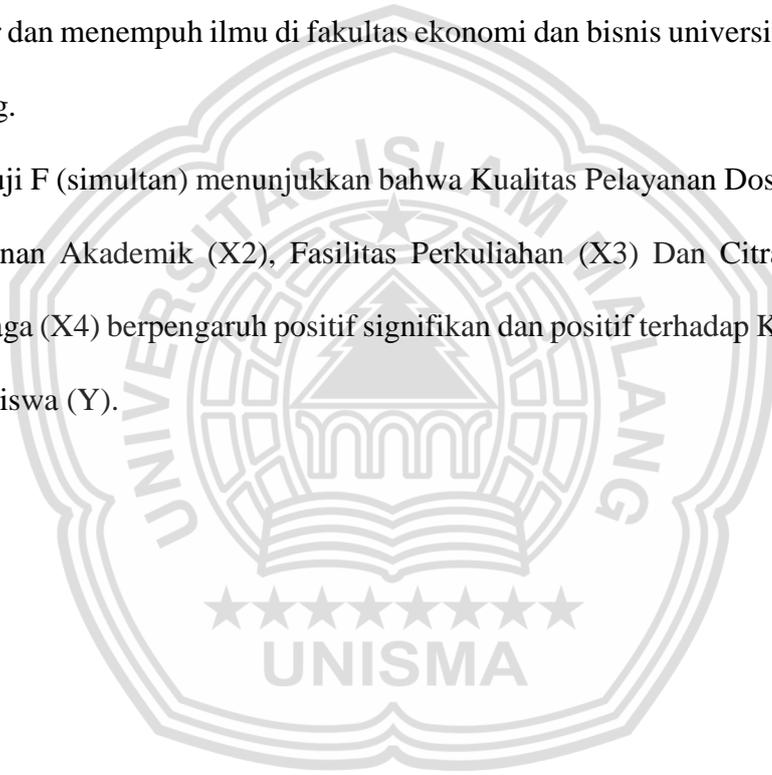
5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara signifikan antara Kualitas Pelayanan Dosen, Pelayanan Akademik, Fasilitas Pendidikan dan Citra Merek Lembaga di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang terhadap Kepuasan Mahasiswa yang dimiliki mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang khususnya angkatan tahun 2018. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap 100 responden mahasiswa aktif angkatan 2018 sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Dosen berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang. Artinya jika Kualitas Pelayanan Dosen semakin baik, maka kepuasan mahasiswa juga akan meningkat.
2. Kualitas Pelayanan Akademik berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang. Artinya jika Kualitas Pelayanan Akademik semakin baik, maka kepuasan mahasiswa juga akan meningkat.
3. Fasilitas Perkuliahan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam

malang. Artinya jika Fasilitas Perkuliahan yang disediakan oleh fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang lengkap dan bagus , maka kepuasan mahasiswa akan meningkat.

4. Citra Merek Lembaga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang. Artinya jika Citra Merek Lembaga fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang baik , maka mahasiswa akan merasa puas telah belajar dan menempuh ilmu di fakultas ekonomi dan bisnis universitas islam malang.
5. Hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan Dosen (X1), Pelayanan Akademik (X2), Fasilitas Perkuliahan (X3) Dan Citra Merek Lembaga (X4) berpengaruh positif signifikan dan positif terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y).



5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya mempunyai beberapa keterbatasan yang dimaksud dijelaskan sebagai berikut, tetapi diharapkan dengan keterbatasan tersebut tidak menurunkan manfaat yang di capai.

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Model penelitian ini terbatas hanya menganalisis 4 variabel independen sehingga diperlukan perluasan variabel penelitian agar lebih mampu menggambarkan kepuasan konsumen atau kepuasan mahasiswa dalam belajar.
2. Dalam penelitian ini hanya terbatas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis angkatan tahun 2018 di Universitas Islam Malang.

5.3 Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen lainnya.
2. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperluas lokasi penelitiannya dan tingkatan mahasiswanya sehingga dapat lebih valid lagi hasil penelitiannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- _____. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Assegaf, Muhammad 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda di Kota Semarang)* Jurnal Ekonomi Bisnis Vol 10 No. 2. Semarang ; Unisulla Semarang
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Bilson, Simamora, 2004, *Riset Pemasaran*, Jakarta, Gramedia Utama
- Firdaus, S., Suwiryo, D. H., & Sukmawaty, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Kompetensi Dosen terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 5(2), 320. <https://doi.org/10.31604/jim.v5i2.2021.320-328>
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gujarati, Damodar. 2007. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Edisi Ketiga.
- Hanafi, R., MAnsur, M., & Hufron, M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dosen Dan Fasilitas Perkuliahan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang *E-Jurnal Riset Manajemen*, 2003, 64–73.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elex Media Computindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian Salemba Empat*. Jakarta
- Kotler, Philip. 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks., New Jersey.
- Kotler, Philips. 2008. *Manajemen Pemasaran jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kurbani, A. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik dan Fasilitas Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Kuliah pada Universitas PGRI Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 22–35.

- Lovelock; Christoper HW., Lauren K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Terjemahan Agus Widyantoro. PT Macana Jaya Cemerlang. Jakarta.
- Lupiyoadi dan Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa Edisi kedua*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Nazir, Moh. 2011. *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Nurlia, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Lentera Bisnis*, 8(2), 104. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v8i2.289>
- Permana, I., Fauzan, M., & Prastowo, S. L. (2018). *Muhammadiyah Tangerang*. 121–143.
- Rane et al., (2019). (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Biaya Pendidikan Dan Fasilitas Pendidikan Terhadap Keputusan Konsumen Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening Dalam Memilih Program Studi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 4, 12–26.
- Republik Indonesia. (1989). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1989 Tentang Sistem Pendidikan Nasional*. 58(58), 99–104.
- Robihim. (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Universitas Darma Persada*. *Viii(1)*, 82–90.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulastiyono. 2009. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Supomo, Bambang dan Nur Indriantoro, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, Yogyakarta; Penerbit BFEE UGM.
- Susanto, A.B. (2009). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility: Pendekatan Strategik Manajemen dalam CSR*, Jakarta : Esensi.
- Tjiptono, Fandi dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Penerbit Andi. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

Universitas Islam Malang. (2021). *Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang* http://fe.Unisma.ac.id/sejarah_feb_Unisma.php

