

Pengaruh Kepuasan dan Motivasi Mahasiswa Melalui *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon

Muhammad Furqon

Manajemen Informatika

Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon

Email: muhammadfurqon@plb.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk: 1) menganalisis pengaruh kepuasan dan motivasi mahasiswa terhadap word of mouth, 2) menganalisis pengaruh kepuasan siswa, motivasi siswa, dan word of mouth terhadap loyalitas mahasiswa, dan 3) menguji pengaruh tidak langsung dari kepuasan dan motivasi mahasiswa melalui word of mouth pada loyalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah 584 mahasiswa, dengan 237 mahasiswa sebagai responden. Penelitian ini menggunakan angket sebagai alat untuk mengumpulkan data, yang berkaitan dengan kepuasan dan motivasi siswa dari mulut ke mulut yang berdampak pada loyalitas, dengan menggunakan analisis jalur dan data penelitian dianalisis menggunakan SPSS 20.0. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan dan motivasi mahasiswa yang berdampak pada word of mouth. 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan mahasiswa, motivasi mahasiswa, dan *word of mouth* terhadap loyalitas, 3) Terdapat pengaruh positif dan sangat kecil antara kepuasan mahasiswa dan motivasi mahasiswa melalui word of mouth terhadap loyalitas. Oleh karena itu, manajemen kampus harus lebih memperhatikan peningkatan kepuasan mahasiswa, dan motivasi mahasiswa, meningkatkan *word of mouth* yang berdampak pada loyalitas.

Kata kunci: kepuasan mahasiswa, motivasi mahasiswa, word of mouth, dan loyalitas.

PENDAHULUAN

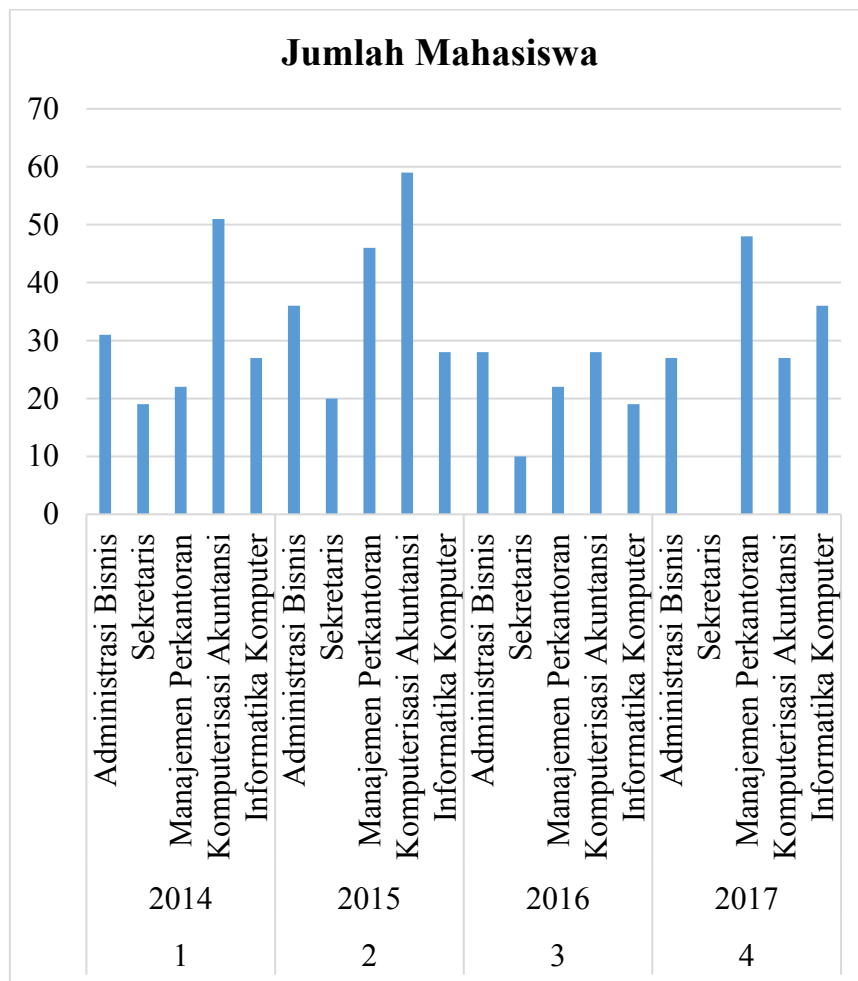
Loyalitas pelanggan dalam hal ini mahasiswa dan alumni merupakan faktor yang sangat penting dalam keberlangsungan Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon dalam menjalankan kegiatan pendidikannya, sebagaimana dikemukakan oleh Tjiptono & Chandra Gregorius (2011) bahwa loyalitas pelanggan merupakan kontribusi terpenting pelanggan terhadap perusahaan untuk memperoleh kepastian pembelian kembali dan meningkatkan omzet penjualan yang akan datang. Karena dengan memiliki pelanggan yang loyal, selain dapat menghemat biaya pemasaran dibandingkan mendapatkan siswa baru, juga akan lebih fokus dalam pembuatan kurikulum dan memberikan pendidikan di masa yang akan datang.

Dari mulut ke mulut didorong oleh tujuan dan melayani lima fungsi utama yaitu: manajemen kesan, regulasi emosi, perolehan informasi, ikatan sosial, dan persuasi. Motivasi sebagian besar adalah melayani diri sendiri (bukan yang lain) dan mendorong apa yang dibicarakan orang bahkan tanpa kesadaran mereka (Jonah Berger, 2014). Menurut Heesup Han at al. (2020) bahwa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan memainkan peran penting dalam memperoleh informasi dari mulut ke mulut pelanggan, dan kualitas layanan dan keterikatan emosional memiliki efek mediasi yang kritis, persepsi harga memoderasi tingkat kekuatan hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan kata-kata dari mulut ke mulut. "Pemahaman teoritis tentang perilaku *word-of-mouth* secara empiris menunjukkan bahwa *word-of-mouth* bukanlah kegiatan yang homogen. Sebaliknya, hasil menunjukkan bahwa segmen yang berbeda dari perilaku dari mulut ke mulut. Segmen berbeda dalam hal konten yang dibagikan (*visual/verbal*) dan saluran yang digunakan (*offline/online*). Dua dari lima segmen hanya menggunakan saluran offline untuk berbagi pengalaman mereka, dan tingkat konten visual yang dibagikan bervariasi antar segmen", Ring, Amata at al. (2014). Kebutuhan manusia merupakan kebutuhan dasar yang dibutuhkan oleh manusia. Seorang

manusia harus dan bahkan harus memenuhi kebutuhan semacam ini karena kebutuhan tersebut sangat esensial dan penting untuk dipenuhi. Seseorang tidak dapat menjalani hidupnya tanpa memenuhi kebutuhan ini. Jika seseorang melewatkan kebutuhan itu, hidupnya tidak sempurna (Juni Clara Sitepu, Aulia Putri, 2020).

Berdasarkan data yang diperoleh selama 4 tahun, yaitu dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 jumlah mahasiswa Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon mengalami fluktuatif, yaitu: angkatan 2014 sebanyak 61 mahasiswa (26%), 2015 sebanyak 77 mahasiswa (32%), 2016 sebanyak 43 mahasiswa (18%), dan 2017 sebanyak 56 mahasiswa (24%) dari total jumlah 584 mahasiswa, sebagaimana tampak pada grafik dibawah ini.

Grafik 1. Data Mahasiswa Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon



Sumber: Data Mahasiswa Kampus Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon 2014 – 2017

Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon didirikan pada tahun 2005 yang bertujuan untuk ikut mengambil peran mencerdaskan anak bangsa dan membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran, serta lebih mendekatkan diri dengan calon mahasiswa di wilayah Cirebon. Pola penyelenggaraan pendidikan yang dijalankan adalah *Link and Match*, yaitu menyelaraskan kurikulum pendidikan dengan kebutuhan Dunia Industri dan Dunia Usaha (DUDI). Sedangkan program studi yang dibuka ada lima, yaitu: Administrasi Bisnis, Sekretaris, Manajemen Perkantoran, Komputerisasi Akuntansi dan Informatika Komputer.

Masalah yang dihadapi Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon untuk mendukung pola pendidikan *Link and Match*, dan pengerjaan *tagline* yang cepat dan tepat dapat kerja, yaitu diperlukan loyalitas mahasiswa. Sehingga mahasiswa bersedia untuk menyelesaikan studinya, melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi, menolak pindah dan menuntut ilmu di kampus lain, menyebarkan informasi positif kepada pihak lain, mengajak dan merekomendasikan baik keluarga, teman, maupun masyarakat luas untuk kuliah di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. Untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa, Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon perlu memperhatikan pemasaran dari mulut ke mulut, karena mahasiswa sering menolak saat magang/kerja di perusahaan kecil, maupun di luar Cirebon. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ngoma, Muhammad Ntale, Peter Dithan (2019), Devi Ayuni, dan Andy Mulyana (2015) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah kekuatan pemasaran melalui mulut ke mulut pelanggan atau *word of mouth*. Motivasi mahasiswa masih perlu ditingkatkan, dengan masih seringnya mahasiswa bolos dan malas ke kampus untuk kuliah, datang terlambat ke kelas untuk mengikuti perkuliahan. Demikian halnya dengan kepuasan mahasiswa perlu ditingkatkan lagi untuk menghindari mahasiswa cenderung menunda membayar komitmen dan sering mengeluh. Loyalitas pelanggan (mahasiswa) juga sangat dipengaruhi oleh kepuasan, hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Ajat Sudrajat (2016) dan Harun Al Rasyid (2017). Berdasarkan uraian tersebut diatas, penulis akan mengupas pengaruh kepuasan dan motivasi mahasiswa melalui *word of mouth* terhadap loyalitas.

KAJIAN PUSTAKA

Loyalitas pelanggan merupakan kontribusi terpenting pelanggan kepada perusahaan untuk memperoleh kepastian pembelian kembali dan meningkatkan omzet penjualan di masa yang akan datang (Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra: 2011).

Indikator Loyalitas menurut Kotler & Keller (2009), “Ada 3 indikator loyalitas pelanggan, yaitu:

1. Repeat Purchase adalah loyalitas terhadap pembelian produk.
2. Retensi adalah perlawanan terhadap pengaruh negatif tentang perusahaan.
3. Rujukan mengacu pada keberadaan total perusahaan”.

Komunikasi dari mulut ke mulut adalah proses komunikasi dalam bentuk pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok untuk sebuah produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi pribadi, hal ini sering sejalan dengan pendapat Little John dan Foss dalam Panji Hendrarso dan Baby Poernomo (2017: 88) tentang teori penetrasi sosial menjelaskan bahwa rasa nyaman dapat meningkatkan hubungan dan pentingnya komunikasi interpersonal dalam membangun hubungan. Menurut Andy Sernovitz (2006) dalam bukunya mendefinisikan “Word of mouth marketing sebagai tindakan yang dapat memberikan alasan agar setiap orang lebih mudah dan lebih suka membicarakan suatu produk”.

Lima elemen T yang dibutuhkan untuk word of mouth adalah:

1. Pembicara (Siapa pembicara dalam hal ini).
2. Topik.
3. Alat.
4. Mengambil Bagian atau penyertaan perusahaan.
5. Pelacakan atau monitoring hasil dari mulut ke mulut.

Motivasi dapat digambarkan sebagai kekuatan pendorong dalam diri individu yang mendorong tindakan mereka. Ini berarti bahwa motivasi adalah kekuatan pendorong dalam diri seseorang yang memaksanya untuk mengambil suatu tindakan. Faktor yang menimbulkan motivasi adalah adanya hubungan yang saling berkaitan dengan faktor budaya, sosial, dan pribadi. Transformasi nilai merupakan proses internalisasi yang berfungsi sebagai peralihan dari orientasi eksternal ke orientasi internal, yaitu orientasi diri dalam memotivasi tindakan seseorang yang mengarah pada perilaku (Bambang Irawan, 2014:112). Faktor yang mendorong

(motivasi) adanya kepastian, kemudahan, kenyamanan, dan keamanan menurut pendapat Taufan Maulamin dan Bambang Istianto (2017:104). Abraham Maslow (Aruma, 2017:15) menjelaskan bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hierarki sehingga manusia dimotivasi oleh lima tingkat kebutuhan yaitu:

1. Kebutuhan fisiologis.
2. Kebutuhan rasa aman.
3. Kebutuhan yang dimiliki.
4. Kebutuhan harga diri.
5. Kebutuhan aktualisasi diri.

Kepuasan pelanggan adalah bagaimana memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen menurut pendapat Mary Ismowati dan Rizka Mardiyanto (2017:187). Sedangkan menurut Paisal Halim dan Irma Sriwahyuni (2015) mengemukakan bahwa pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan berdasarkan The Literature and Consumer Views of Satisfaction yang dilakukan oleh Giese & Cote pada tahun (2016), adalah:

1. Kepuasan pelanggan merupakan suatu respon (emosional atau kognitif).
2. Tanggapan yang berhubungan dengan fokus tertentu (harapan, produk, pengalaman konsumsi, dll.).
3. Respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pilihan, berdasarkan akumulasi pengalaman, dll).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kotler & Keller (2006), Andy Sernovitz (2006), Giese & Cote (2016), dan Abraham Maslow (Aruma & Melvins; 2017), penelitian ini mensintesis loyalitas yang dipengaruhi oleh kepuasan siswa, motivasi siswa dan *word of mouth*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Suliyanto: 2017). Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Untuk dapat melakukan pengukuran, setiap fenomena sosial dijabarkan ke dalam beberapa komponen masalah, variabel, dan indikator. Tujuan utama dari metodologi ini adalah untuk menjelaskan suatu masalah tetapi menghasilkan generalisasi. Jadi sampel atau data yang diukur dalam penelitian ini adalah sebagian kecil dari populasi. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang diperoleh melalui responden, dimana responden akan memberikan tanggapan tertulis dalam menanggapi pernyataan yang diberikan.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah siswa Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon angkatan empat tahun, yaitu angkatan 2014, 2015, 2016, dan 2017 dengan jumlah 584 mahasiswa. Karena keterbatasan, penelitian ini dilakukan dengan pengambilan sampel. Sedangkan sampel yang digunakan berasal dari mahasiswa Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon yang masih aktif belajar sebanyak 584 mahasiswa dengan menggunakan metode slovin untuk penentuan jumlah sampel adalah sebanyak 237 orang.

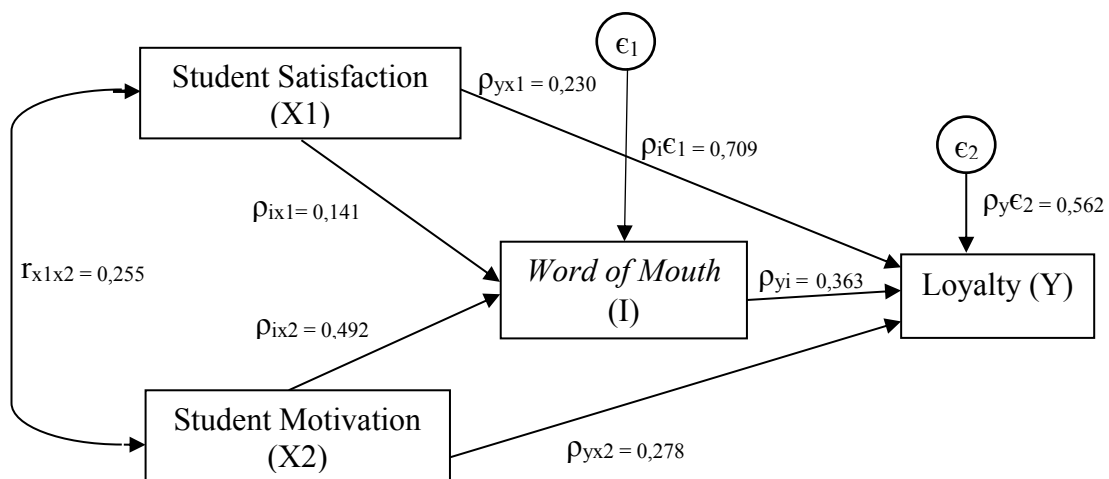
Penelitian ini menggunakan analisis jalur, yaitu metode penelitian yang terutama digunakan untuk menguji kekuatan hubungan langsung dan tidak langsung antara berbagai variabel. Analisis jalur juga merupakan alat yang dapat membantu peneliti, dengan menggunakan data kuantitatif korelasional untuk menjelaskan proses kausal. Analisis jalur memperkirakan besarnya pengaruh antara satu variabel terhadap variabel lain dalam suatu hipotesis kausal (Nidjo Sandjodjo, 2011:11).

PEMBAHASAN

Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia (LP3I), pendidikan profesi 2 tahun pasca sekolah menengah dengan orientasi penempatan kerja. Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon yang beroperasi di bawah bendera Badan Penyelenggara Yayasan LP3I didirikan berdasarkan akta Notaris Yetti Taher, SH berkedudukan di Jakarta Nomor 63 tanggal 23 Desember 1988, dan di Cirebon beroperasi pada tanggal 1 Agustus 2005, dengan lima jurusan yaitu : Tata Usaha, Sekretaris, Manajemen Perkantoran, Komputerisasi Akuntansi, dan Komputer Informatika, dengan alamat Jl. Tuparev No.73 Cirebon. Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon terus tumbuh dan berkembang dari tahun ke tahun, sehingga kapasitas gedung sudah tidak lagi mampu menampung jumlah mahasiswa. Akhirnya pihak manajemen memutuskan untuk menempati tempat baru yang memiliki kapasitas lebih dengan alamat Jl. Tuparev No. 514 Cirebon.

Sedangkan dalam penelitian ini responden yang digunakan berasal dari mahasiswa Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon yang masih aktif belajar. Populasi penelitian ini mengambil jumlah mahasiswa yang terpilih sebagai responden sebanyak 237 mahasiswa dari total 584 mahasiswa. Untuk uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan software IBM SPSS 20.0. Hasil pengujian sebagai berikut: Variabel kepuasan mahasiswa memiliki 3 pernyataan yang tidak valid, variabel motivasi mahasiswa memiliki 4 pernyataan yang tidak valid, dan variabel *word of mouth* memiliki 3 pernyataan yang tidak valid, sedangkan variabel loyalitas semuanya valid. Sehingga yang dinyatakan tidak valid tidak dapat dimasukkan dalam analisis data selanjutnya oleh karena itu item tersebut dikeluarkan dari indikator variabel.

Semua uji reliabilitas reliabel dengan nilai Cronbach Alpha semua variabel lebih besar dari 0,06 karena dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha 0,60. Dengan demikian, data dari penelitian yang dilakukan dapat diandalkan dan memenuhi persyaratan kualitas data yang baik. Dalam perhitungan analisis jalur menggunakan SPSS 20,0 untuk menghitung korelasi antar variabel dan untuk mencari koefisien jalur. Hasil perhitungan analisis jalur dapat dilihat pada gambar diagram jalur berikut:



Gambar 1
Diagram Jalur

1. Hasil Pengujian Secara Parsial dan Simultan Persamaan Substruktur Pertama

Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap word of mouth di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon, dengan thitung sebesar 2,487 sedangkan t tabel sebesar 2,34. Artinya jika kepuasan mahasiswa meningkat maka akan dapat meningkatkan *word of mouth*, begitu pula sebaliknya jika kepuasan siswa semakin berkurang maka akan menurunkan *word of mouth* Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. Motivasi mahasiswa berpengaruh positif terhadap

word of mouth di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon dengan t hitung sebesar 8,682 sedangkan t tabel sebesar 2,34. Artinya jika motivasi mahasiswa meningkat, maka *word of mouth* akan meningkat dan sebaliknya jika motivasi mahasiswa semakin berkurang maka akan menurunkan *word of mouth* Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon.

Tabel 1. Uji Parsial Kepuasan Mahasiswa dan Motivasi Mahasiswa terhadap *Word of Mouth*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,488	1,615		3,398	,001
Kepuasan	,178	,072	,141	2,487	,014
Motivasi	,560	,064	,492	8,682	,000

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 49,496 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tingkat kepercayaan 99% atau $\alpha = 0,01$, nilai F tabelnya adalah 2,727. Hal ini menunjukkan bahwa F hitung > F tabel adalah $49,496 > 2,727$ dan tingkat signifikansi hasil penelitian < taraf signifikansi $0,000 < 0,01$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan mahasiswa dan motivasi mahasiswa terhadap *word of mouth* di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon.

Tabel 2. Uji Simultan Kepuasan dan Motivasi Mahasiswa Terhadap *Word of Mouth*

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1409,336	2	704,668	49,496	,000 ^b
Residual	3331,457	234	14,237		
Total	4740,793	236			

Berdasarkan tabel 3, $R = 0,545$ berarti ada hubungan antara kepuasan mahasiswa dengan *word of mouth*. Sedangkan R square (R^2) adalah 0,291. $KD = r^2 \times 100\%$ $KD = 0,291 \times 100\%$, jadi $KD = 29,1\%$. Jadi koefisien determinasi sebesar 29,1% artinya pengaruh kepuasan siswa dan motivasi siswa terhadap *word of mouth* sebesar 29,1%, sedangkan sisanya sebesar 70,9% ($100\% - 29,1\%$) dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan kata lain bahwa variabel *word of mouth* dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel kepuasan siswa dan motivasi siswa, yaitu sebesar 29,1% dan 70,9% disebabkan oleh variabel lain di luar model.

Tabel 3. Uji Determinasi Pengaruh Kepuasan Mahasiswa dan Motivasi Mahasiswa terhadap *Word of Mouth*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,545 ^a	,297	,291	3,77319

2. Hasil Pengujian Secara Parsial dan Simultan Persamaan Substruktur Kedua

Variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan nilai t hitung sebesar 4,500 sedangkan t tabel sebesar 2,34. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel yaitu $4,500 > 2,34$. Artinya jika kepuasan mahasiswa semakin baik maka dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa, dan sebaliknya jika kepuasan mahasiswa semakin kurang

baik tentunya akan menurunkan loyalitas mahasiswa pada Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. Sedangkan variabel motivasi mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan nilai t hitung sebesar 4,786 sedangkan t tabel sebesar 2,34. Artinya jika motivasi mahasiswa semakin baik maka secara langsung dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa dan sebaliknya jika motivasi mahasiswa semakin kurang baik tentunya akan menurunkan loyalitas mahasiswa pada Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. Demikian juga variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas dengan nilai t -hitung sebesar 6,246 sedangkan t -tabel sebesar 2,34. Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu $6,246 > 2,34$. Artinya, jika *word of mouth* meningkat maka akan dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa, dan sebaliknya jika *word of mouth* semakin berkurang maka akan menurunkan Loyalitas mahasiswa Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon.

Tabel 4. Uji Parsial Pengaruh Kepuasan Mahasiswa, Motivasi Mahasiswa dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,007	1,464		,005	,996
Kepuasan	,289	,064	,230	4,500	,000
Motivasi	,314	,066	,278	4,786	,000
<i>Word of Mouth</i>	,361	,058	,363	6,246	,000

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui nilai F hitung sebesar 62,423 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Pada tingkat kepercayaan 99% atau $\alpha = 0,01$, nilai F tabelnya adalah 2,727. Hal ini menunjukkan bahwa F hitung $>$ F tabel adalah $62,423 > 2,727$ dan tingkat signifikansi hasil penelitian $<$ taraf signifikansi $0,000 < 0,01$. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan Siswa, Motivasi Siswa, dan Word of Mouth terhadap Loyalitas Siswa di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon.

Tabel 5. Uji Simultan Kepuasan, Motivasi Mahasiswa dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2086,849	3	695,616	62,423	,000 ^b
Residual	2596,467	233	11,144		
Total	4683,316	236			

Berdasarkan tabel 6, $R = 0,446$ berarti ada hubungan antara kepuasan mahasiswa dengan word of mouth. Sedangkan R kuadrat (R^2) adalah 0,438. Jadi koefisien determinasi sebesar 43,8% artinya pengaruh variabel kepuasan siswa, motivasi siswa, dan word of mouth terhadap loyalitas siswa sebesar 43,8%, sedangkan sisanya 56,2% ($100\% - 56,2\%$) dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan kata lain bahwa variabel kepuasan siswa dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel kepuasan siswa, motivasi siswa, dan word of mouth, yaitu sebesar 43,8% dan 56,2% disebabkan oleh variabel lain di luar model.

Tabel 6. Uji Determinasi Pengaruh Kepuasan Mahasiswa, Motivasi Mahasiswa dan *Word of Mouth* Terhadap Loyalitas

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,668 ^a	,446	,438	3,33821

Nilai total R Square sebesar 0,842, artinya variabel loyalitas yang digambarkan oleh kepuasan siswa, motivasi siswa, dan word of mouth sebagai variabel intervening sebesar 84,2% dan sisanya sebesar 15,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Efek Langsung

Berdasarkan hasil uji koefisien jalur pada persamaan jalur, nilai koefisien jalur pengaruh variabel kepuasan siswa terhadap *word of mouth* sebesar 0,141, pengaruh variabel kepuasan siswa terhadap loyalitas sebesar 0,230. Pengaruh variabel motivasi siswa terhadap variabel *word of mouth* sebesar 0,492, pengaruh variabel motivasi siswa terhadap variabel loyalitas siswa sebesar 0,278 dan pengaruh variabel word of mouth terhadap variabel loyalitas siswa sebesar 0,363.

Efek Tidak Langsung

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur pada persamaan jalur pertama dan kedua menunjukkan adanya pengaruh variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa melalui variabel word of mouth, dimana pengaruh tersebut ditunjukkan dengan hasil perkalian antara pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap *word of mouth* dan pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas yaitu $0,141 \times 0,363 = 0,051$. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas melalui *word of mouth* hanya berpengaruh sangat kecil jika dibandingkan dengan pengaruh langsung kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas 0,230, sehingga total kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas adalah $0,051 + 0,230 = 0,281$.

Sedangkan pengaruh variabel motivasi mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa melalui variabel *word of mouth*, dimana pengaruh tersebut ditunjukkan dengan hasil perkalian antara pengaruh motivasi mahasiswa terhadap *word of mouth* dan pengaruh *word of mouth* terhadap loyalitas yaitu $0,492 \times 0,363 = 0,179$. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh motivasi mahasiswa terhadap loyalitas melalui *word of mouth* berpengaruh sangat kecil jika dibandingkan dengan pengaruh langsung motivasi mahasiswa terhadap loyalitas sebesar 0,278, sehingga total motivasi mahasiswa terhadap loyalitas sebesar $0,179 + 0,278 = 0,457$.

Total Efek

Berdasarkan uji koefisien jalur pada persamaan substruktur pertama dan persamaan substruktur kedua, dapat diketahui bahwa total effect yang merupakan hasil penjumlahan pengaruh variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa dan pengaruh variabel variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa melalui variabel word of mouth adalah $0,230 + 0,051 = 0,281$. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh keseluruhan variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas melalui variabel word of mouth sebesar 0,281 atau 28,1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Sedangkan pengaruh total yang merupakan hasil penjumlahan dari pengaruh variabel motivasi mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa dan pengaruh variabel motivasi mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa melalui variabel *word of mouth* adalah $0,278 + 0,179 = 0,457$. Hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh keseluruhan variabel motivasi mahasiswa terhadap variabel loyalitas melalui variabel *word of mouth* sebesar 0,457 atau 45,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Secara parsial kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon, artinya jika kepuasan mahasiswa meningkat maka akan dapat meningkatkan *word of*

mouth, begitu pula sebaliknya jika kepuasan siswa semakin berkurang maka akan menurunkan *word of mouth* Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. Motivasi mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth*. artinya jika motivasi mahasiswa meningkat, maka *word of mouth* akan meningkat dan sebaliknya jika motivasi mahasiswa semakin berkurang maka akan menurunkan *word of mouth*. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan mahasiswa dan motivasi mahasiswa terhadap *word of mouth* di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. 2) Secara parsial kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, artinya jika kepuasan mahasiswa semakin baik maka dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa, dan sebaliknya jika kepuasan mahasiswa semakin kurang baik tentunya akan menurunkan loyalitas mahasiswa pada Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. Sedangkan variabel motivasi mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, artinya jika motivasi mahasiswa semakin baik maka secara langsung dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa dan sebaliknya jika motivasi mahasiswa semakin kurang baik tentunya akan menurunkan loyalitas mahasiswa. Demikian juga variabel *word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas, artinya jika *word of mouth* meningkat maka akan dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa, dan sebaliknya jika *word of mouth* semakin berkurang maka akan menurunkan loyalitas mahasiswa Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. Sedangkan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan mahasiswa, motivasi mahasiswa, dan *word of mouth* terhadap loyalitas mahasiswa di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. 3) Berdasarkan uji koefisien jalur pada persamaan substruktur pertama dan persamaan substruktur kedua, pengaruh keseluruhan variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas melalui variabel *word of mouth* sebesar 0,281 atau 28,1% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Sedangkan pengaruh variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa dan pengaruh variabel motivasi mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa melalui variabel *word of mouth* adalah 0,457 atau 45,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

SARAN

Dalam melaksanakan kegiatannya, Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon hendaknya lebih memperhatikan peningkatan kepuasan, dan motivasi mahasiswa khususnya dalam menetapkan biaya kuliah agar terjangkau, memudahkan mahasiswa mendapatkan pekerjaan, dan juga komitmen penempatan kerja bagi mahasiswa yang telah menyelesaikan studinya. semester 4, menciptakan suasana kampus yang aman dan nyaman, serta lebih meningkatkan kualitas lulusan Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon agar mudah diterima oleh perusahaan. Sedangkan untuk meningkatkan *word of mouth* yang memberikan informasi tentang Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon adalah mereka yang memiliki pengetahuan yang baik tentang *product knowledge* LP3I, memberikan respon yang cepat kepada mereka yang ingin mengetahui informasi tentang Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon, dan mengemas informasi tentang informasi yang lebih menarik. Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon. Pentingnya kampus untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa agar mau menyelesaikan studinya di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon dan tidak pindah ke kampus lain, memberikan informasi positif tentang Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon dan bersedia mengajak orang lain untuk belajar di Politeknik LP3I Kampus Kota Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Aruma, E.O. and Melvins Enwuvessi Hanachor. 2017. Department of Adult and Non-Formal Education. *International Journal of Development and Economic Sustainability* Vol.5, No.7, pp.15-27. University of Port Harcourt, P.M.B 5323, Port Harcourt, Rivers State, Nigeria.
- Ayuni Devi, Andy Mulyana. 2015. The Influence of the Loyalty-Forming Factors of Open University Students. *Journal of Management and Organization*. Volume VI, No. 3.

- Berger, Jonah. 2014. Word of mouth and interpersonal communication: A review and directions for future research. *Journal of Consumer Psychology* 24, 4 (2014) 586–607.
- Giese J, Cote. 2016. Defining Consumer satisfaction. *Journal of Marketing Science Review*.
- Halim Paisal and Irma Sriwahyuni. 2015. Patient Satisfaction Level at Local General Hospital in Mamuju Regency, Indonesia. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, ISSN (Online): 2319-7064. Copernicus Value Index (2015): 78.96 | Impact Factor (2015): 6,391.
- Han, Heesup Al-Ansi, Amr Chi, Xiaoting Baek, Hyungshin Lee, Kyung Sik. 2020. Impact of environmental CSR, service quality, emotional attachment, and price perception on word-of-mouth for full-service airlines, *Sustainability* (Switzerland).
- Hendrarso Panji and Baby Poernomo. 2017. The Role Of Interpersonal Communication In Helping Ex-Drug Users Regain Their Confidence To Return To Society: A Phenomenological Approach. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities* Vol. 6(1).
- Irawan Bambang. 2014. Administrative Reform and National Character: A Conceptual Study. *Scientific Journal of Administrative Sciences* ISSN 2085-1162. Volume VI, number 02.
- Ismowati Mary and Rizka Mardiyanto. 2017. Analysis of the Community Satisfaction Index to Improve the Quality of Community Service at the Kotabaru District Office, Karawang Regency. *Scientific Journal of Administrative Sciences*. ISSN 2085-1162. Volume 9, Number 02.
- Juni Clara Sitepu, Aulia Putri, 2020. The Hierarchy of Needs OF LOUISA CLARK IN ME BEFORE YOU NOVEL. *Jurnal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris* Vol. 11, No 1: 118-130
- Kotler & Keller. 2009. *Marketing Management*. Volume I. 13th edition. Jakarta: Erlangga.
- Maulamin Taufan and Bambang Istianto. 2017. On-Line Transportation Policy and Social Conflict. *Journal of State Administration – ASIAN*, ISSN: 2338-9567. Volume 5.
- Ngoma, Muhammed Ntale, Peter Dithan. 2019. Word of mouth communication: A mediator of relationship marketing and customer loyalty. *Journal of Cogent Business and Management*.
- Ring, Amata Tkaczynski, Aaron Dolnicar, Sara. 2016. Word-of-Mouth Segments: Online, Offline, Visual or Verbal?. *Journal of Travel Research*. Vol. 55(4) 481–492.
- Sandjojo Nidjo. 2011. *Path Analysis Methods and Its Applications*. Jakarta: Sinar Harapan Library.
- Sernovitz Andy. 2006. *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Sudrajat Ajat. 2016. The Effect of Academic Service Quality and Student Satisfaction on Student Loyalty at Singaperbangsa University Karawang. *Value Journal of Management and Business* ISSN 2541-397X. Vol. 1.
- Suliyanto. 2017. Pelatihan Metode Pelatihan Kuantitatif. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(2), 223 – 232.
- Tjiptono Fandy & Chandra Gregory. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.