
**FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN MAHASISWA *SCHOOL OF MARKETING*
TERHADAP UNIVERSITAS BUNDA MULIA
DENGAN METODE *FACTOR ANALYSIS***

Rudy Santosa Sudirga

Email: rudysudirga@yahoo.com

Penulis

Rudy Santosa Sudirga, adalah dosen di Universitas Bunda Mulia dalam bidang Manajemen Pemasaran.

Abstract

Over the last three years the number of students choosing School of Marketing (SOM) Bunda Mulia University as a university choice has steadily increased. Studies have demonstrated that university preference at the time that students enter university may be significantly associated with their ultimate choice. The main purpose of this research is to examine the role of positive and negative affectivity variables on the relationship between optimism and satisfaction of school of marketing students to the role of bunda mulia university in providing accurate services study programs and student services. Several measurement assumptions were examined with the goal of assessing the program study lectures, validity of services, living environment, university facilities, university library, and general quality of day to day university services. Confirmatory factor an factor mixture analysis of interval data were used to examine the measurement assumptions. A correlated five-factor model for an abridged version of the factor analysis resulted in good fit when all negatively worded items and several positively worded items were excluded. The abridged item version of the factor analysis provides a promising alternative for the measurement of

five factors that are pertinent to adolescents' quality of university services either in program study lectures or in quality services to their students. The purpose of this paper is to explore student perceptions of study characteristics of their internships and to explore the relationship between study characteristics and overall satisfaction with their internship experiences. Bunda Mulia University may use this information to enhance the structure and tasks associated to improve university services. This paper also provides a comprehensive look and analysis of study at school of marketing and satisfaction analysis, as they related to satisfaction in an internship environment. In addition, lecturers' academic qualifications tends to lead to a mismatch between students' expectations and professional realities, therefore reduces students' study satisfaction. Primary findings indicate that there is significant cause and effect on the adolescents' satisfaction with their interpersonal relationships between their life and the virtual world. Social aspects also affect positive organizational outcomes, specifically positive word-of-mouth in society and community.

Kata Kunci

Kepuasan Pelanggan, Analisis Faktor, Kualitas Servis.

PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya jumlah mahasiswa baru yang mendaftar di *School of Marketing (SOM)*, Universitas Bunda Mulia (UBM), membuat semakin bertambah sibuknya pelayanan terhadap para mahasiswa.

Penelitian dengan judul faktor-faktor kepuasan mahasiswa *School of Marketing* terhadap Universitas Bunda Mulia dengan metode *factor analysis* ini sangat penting dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memuaskan dan penting serta menarik bagi para mahasiswa memilih belajar di Universitas Bunda Mulia.

Selain itu hasil penelitian ini juga dapat memberikan sumbangan bagi Universitas untuk melakukan evaluasi mengenai faktor-faktor apa saja yang selayaknya harus ditingkatkan dan faktor-faktor apa saja yang dianggap kurang penting bagi para mahasiswa. Dalam jangka panjang diharapkan diketahui apakah perlu dilakukan perubahan kebijakan efektifitas baik di faktor akademik maupun di faktor lainnya. Serta untuk melihat efektifitas kebijakan faktor promosi akademik yang dahulu pernah dilakukan, yang sekarang sedang dilakukan, dan yang harus dilakukan di masa yang akan datang. Penelitian ini juga sangat berguna untuk merencanakan faktor-faktor apa saja, baik dalam bidang akademik maupun pelayanan yang harus diterapkan agar dapat menjangkau lebih banyak para mahasiswa.

Dalam menganalisis faktor-faktor yang menentukan kepuasan para mahasiswa dengan metode *factor analysis*, tidak luput pula untuk membahas faktor *service-quality model* menurut *A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry*, “*A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.*”

Penelitian ini melibatkan beberapa mahasiswa Universitas Bunda Mulia untuk menyebarkan kuesioner kepada para responden dari kalangan mahasiswa *School of Marketing* semester 2, semester 4, dan semester 6

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut *Kotler, P., Keller, K.L.* (2009:400-401), periset mengidentifikasi lima determinan dari *service quality* menurut tingkat kepentingannya.

1. *Reliability*
2. *Responsiveness*
3. *Assurance*
4. *Empathy*
5. *Tangibles*

Berdasarkan kelima faktor tersebut Parasuraman (*Fall 1985: 41-50*) kemudian dikembangkan 21 indikator skala *Servqual*.

Reliability

1. *Providing service as promised*
2. *Dependability in handling customers' service problems*
3. *Performing services right the first time*
4. *Providing services at the promised time*
5. *Maintaining error-free records*
6. *Employees who have the knowledge to answer customer questions*

Responsiveness

1. *Keeping customer informed as to when services will be performed*
2. *Prompt service to customers*
3. *Willingness to help customers*
4. *Readiness to respond to customers' requests*

Assurance

- 1. Employees who instill confidence in customers*
- 2. Making customers feel safe in their transactions*
- 3. Employees who are consistently courteous*

Empathy

- 1. Giving customers individual attention*
- 2. Employees who deal with customers in a caring fashion*
- 3. Having the customers' best interests a heart*
- 4. Employees who understand the needs of their customers*
- 5. Convenient business hours*

Tangibles

- 1. Modern equipment*
- 2. Visually appealing facilities*
- 3. Employees who have a neat, professional appearance*
- 4. Visually appealing materials associated with the service*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian riset terapan (*applied research*), karena riset terapan merupakan riset yang dilakukan untuk mendapatkan informasi. Riset ini dilakukan sebagai respon terhadap suatu fenomena yang terjadi di lapangan, (Suliyanto, 2006:8-9). Penelitian ini dapat pula disebut sebagai penelitian deskriptif. Karena dilakukan analisis kepuasan mahasiswa dan dilihat dari jenis pengolahan data yang digunakan, yaitu *factor analysis*, maka penelitian ini juga termasuk jenis penelitian kausal termasuk jenis korelasional.

Dalam penelitian ini digunakan data interval dari skala Likert, oleh karena itu jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sedangkan untuk pengolahan data interval yang berasal dari skala Likert hasil kuesioner yang dibagikan, digunakan statistik inferensial parametrik.

Menurut Wijaya, T (2009:8), statistik inferensial atau statistik induktif adalah statistik yang mempelajari tata cara penarikan kesimpulan mengenai keseluruhan populasi berdasarkan data hasil penelitian pada sampel (bagian dari populasi).

Dalam melakukan pengumpulan data penelitian yang diperlukan, dilakukan pembagian kuesioner kepada para mahasiswa *School of Marketing* semester 2, semester 4, dan semester 6 Universitas Bunda Mulia.

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *proportionate stratified random sampling* (sampling bertingkat proporsional) yang termasuk *probability sampling* atau *random sampling*. Menurut Sumarni dan Wahyuni (2006:74-75), *proportionate stratified random sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan apabila kondisi populasi heterogen dan berstrata secara proporsional. Model memiliki efisiensi statistik yang lebih tinggi daripada yang dihasilkan sampel acak sederhana. Keunggulannya adalah prosedur pengambilan sampel memiliki sampel tertimbang sendiri, rata-rata populasi mudah diestimasi dengan menghitung rata-rata seluruh sampel. Peneliti menggunakan sampling selain untuk efisiensi secara statistis, juga untuk menyediakan data representatif bagi analisis berbagai tingkatan atau subpopulasi. Stratifikasi lebih efisien karena dengan pengelompokkan, pemilihan bisa lebih mudah dilakukan, lebih hemat waktu, dan biaya. Dalam hal ini, anggota populasi yang mempunyai sifat homogen dalam stratanya, tetapi heterogen antar-

strata yang lainnya bisa terwakili sehingga sampel yang diperoleh memuat sifat semua strata yang ada.

Pembatasan data penelitian adalah hanya untuk mahasiswa *School of Marketing* Universitas Bunda Mulia. Variabel-variabel yang terpenting dalam menentukan analisis faktor-faktor kepuasan mahasiswa *School of Marketing* terhadap Universitas Bunda Mulia adalah sebagai berikut:

Reliability

1. Semua yang dijanjikan, termasuk kuliah yang dijanjikan oleh UBM saat saya masuk ke *SOM* adalah sudah sesuai dan benar.
2. Promosi yang dilakukan oleh UBM saat saya masuk ke *SOM* sesuai dengan apa yang saya dapatkan saat kuliah sekarang ini.
3. Kuliah di *SOM* baik dosennya, materi pelajarannya maupun waktu untuk mengajar sudah bagus dan sesuai.
4. Saya suka kuliah di *SOM* karena sesuai dengan apa yang saya bayarkan ke UBM untuk kualitas dosen yang mengajar, pelajarannya, pelayanannya, maupun kondisi fasilitas kampus di UBM.

Responsiveness

5. Pelayanan di UBM sangat cepat dan akurat serta sudah sesuai.
6. Jika kami mendapatkan masalah, UBM cepat, tanggap dan tepat dalam menyelesaikan masalah tersebut.
7. Dosen di *SOM* merespon dengan baik pertanyaan kami saat kuliah dan sudah sesuai dengan yang kami harapkan.

8. Kami mahasiswa *SOM* mendapatkan pelayanan informasi dari UBM yang baik dan sesuai serta sudah memadai.

Assurance

9. Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sopan dan baik serta memberikan rasa aman.
10. Dosen di *SOM* secara konsisten mengajar dengan baik, memberikan pelayanan yang baik serta mau membantu mahasiswa *SOM*.
11. Dosen yang mengajar di *SOM* selalu menggunakan waktu dengan tepat dan sesuai dan tidak pernah terlambat.
12. Dosen yang mengajar di *SOM* berkualitas, berpengetahuan luas dan mampu menjawab dengan baik pertanyaan mahasiswa.

Empathy

13. Dosen yang mengajar di *SOM* mengerti dan mengajar dengan baik sesuai dengan kebutuhan mahasiswa *SOM*.
14. Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sepenuh hati kebutuhan mahasiswa *SOM*.
15. Program studi *SOM* secara konsisten melayani dengan memuaskan dan memberikan solusi kebutuhan mahasiswa *SOM*.
16. Waktu kuliah di *SOM* sudah baik, sesuai dan menyenangkan.

Tangibles

17. Materi pelajaran dari dosen yang mengajar di *SOM* sudah sangat sesuai dan memuaskan dan sudah sesuai dengan yang kami bayarkan.
18. Fasilitas perpustakaan untuk kuliah di *SOM* sudah sesuai dan memuaskan.

19. Kebersihan, keadaan ruangan kuliah, AC, LCD proyektor, komputer di kelas sudah sesuai dan memuaskan.

20. Dosen yang mengajar di *SOM* tampak profesional, berpakaian rapi, dan mengajar dengan profesional sesuai dengan harapan saya ketika saya masuk menjadi mahasiswa di *SOM*.

Husein Umar (2003:141-142), menjelaskan untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui, dapat digunakan rumus *Slovin*:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir

Data populasi mahasiswa *School of Marketing* di semester ganjil 2012/2013 adalah 102 mahasiswa (data didapat dari layanan administrasi akademik Universitas Bunda Mulia), maka bila faktor kesalahan yang ditolerir adalah 5%, maka jumlah minimum sampel yang dibutuhkan untuk penelitian adalah sejumlah 82 mahasiswa.

Hair, Black, Babin and Anderson (2010:102), regarding the sample size question, the researcher generally would not factor analyze a sample of fewer than 50 observations, and preferably the sample size should be 100 or larger. As a general rule, the minimum is to have at least five times as many observations as the number

of variables to be analyzed, and the more acceptable sample size would have a 10:1 ratio.

Menurut Suliyanto (2005:117), untuk melakukan penelitian dengan menggunakan analisis faktor, jumlah sampel minimum adalah empat sampai lima kali jumlah variabel.

Menurut Asep Hermawan (2006:167), dalam *factor analysis*, minimum terdapat lima observasi pada setiap variabel yang dianalisis atau minimum diperlukan ukuran sampel sebesar 100. Maksudnya jika jumlah variabel pertanyaan ada 20, maka jumlah sampelnya menjadi $20 \times 5 = 100$. Oleh karena itu dalam penelitian ini akan diambil 100 sampel mahasiswa,

Menurut Aaker (2007:561-563), analisis faktor adalah teknik yang sesuai untuk mengidentifikasi variabel atau faktor yang memiliki pola hubungan tertentu dalam sebuah kelompok variabel. Tujuannya adalah untuk mencari cara meningkatkan informasi yang terdapat dalam beberapa variabel asal menjadi serangkaian variabel yang lebih kecil (faktor) dengan meminimalkan kehilangan informasi.

Hair, Bush, Ortinau (2009:563), *factor analysis* digunakan untuk mengidentifikasi sejumlah faktor atau variabel yang memiliki karakter yang sama. Dengan demikian, dapat dibuang dan menyertakan beberapa variabel yang memiliki korelasi, bisa menggunakan beberapa variabel yang sedikit nilai koefisien korelasinya atau hanya menggunakan variabel yang memiliki karakter yang sama sehingga dalam analisis hanya menyertakan variabel-variabel yang memiliki korelasi yang cukup dan signifikan. Kriteria dalam melakukan *factor analysis*, data yang digunakan adalah

data kuantitatif dengan tingkat pengukuran interval atau rasio. Sedangkan data yang berjenis kategori tidak dapat digunakan.

Menurut Suliyanto (2005:116), *factor analysis* digunakan untuk :

1. Mengidentifikasi dimensi-dimensi mendasar yang dapat menjelaskan korelasi dari serangkaian variabel.
2. Mengidentifikasi variabel-variabel baru yang lebih kecil untuk menggantikan variabel tidak berkorelasi dari serangkaian variabel asli yang berkorelasi.
3. Mengidentifikasi beberapa variabel kecil dari sejumlah variabel yang banyak untuk dianalisis dengan analisis multivariat lainnya.

Prinsip utama dalam *factor analysis* adalah korelasi, artinya variabel yang memiliki korelasi erat akan membentuk suatu faktor, sedangkan variabel yang ada dalam suatu faktor akan memiliki korelasi yang lemah dengan variabel yang terdapat pada faktor yang lain. Karena prinsip utama *factor analysis* adalah korelasi, maka asumsi dalam *factor analysis* berkaitan erat dengan korelasi berikut :

1. Korelasi atau keterkaitan antarvariabel harus kuat.

Nilai determinan dari matriks korelasi yang elemen-elemennya menyerupai matriks identitas akan memiliki nilai determinan sebesar satu.

Artinya jika nilai determinan mendekati satu, maka matriks korelasi menyerupai matriks identitas, di mana antar-*item*/variabel tidak saling terkait karena matriks identitas memiliki elemen pada diagonal bernilai satu, sedangkan lainnya bernilai nol.

2. Indeks perbandingan jarak antara koefisien dengan koefisien korelasi parsialnya secara keseluruhan harus kecil.

Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy (KMO) merupakan sebuah indeks perbandingan jarak antar koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya secara keseluruhan. Jika jumlah kuadrat koefisien korelasi parsial di antara seluruh pasangan variabel bernilai kecil dibandingkan dengan jumlah kuadrat koefisien korelasi, maka akan menghasilkan nilai KMO yang mendekati satu. Nilai KMO yang kecil menunjukkan bahwa *factor analysis* bukan merupakan pilihan yang tepat. Untuk dapat dilakukan *factor analysis*, nilai KMO dianggap cukup apabila nilai $KMO \geq 0.5$

3. Indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya secara keseluruhan harus kecil.

Measure of sampling adequacy (MSA) merupakan sebuah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya secara parsial setiap *item*/variabel. Untuk dapat dilakukan *factor analysis*, nilai MSA dianggap cukup apabila nilai $MSA \geq 0.5$. Apabila ada *item*/variabel yang tidak memiliki nilai $MSA \geq 0.5$, variabel tersebut harus dikeluarkan dari *factor analysis* secara bertahap satu per satu.

4. Dalam beberapa kasus, setiap variabel yang akan dianalisis dengan menggunakan *factor analysis* harus menyebar secara normal.

Hal yang perlu diingat adalah bahwa faktor baru yang terbentuk adalah faktor yang mempunyai variabilitas kecukupan dari variabel yang direduksi sehingga diperlukan asumsi awal untuk menguji kelayakan apakah perlu tidaknya *factor analysis* dapat dilakukan. Hal ini dapat dilakukan melalui pengujian *Bartlett's Test of Sphericity* dan *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) measure of sampling adequacy (MSA)*. *KMO measure of sampling adequacy* adalah sebuah indeks untuk membandingkan besarnya nilai koefisien korelasi yang diamati terhadap besarnya korelasi parsial.

Secara umum, *factor analysis* dapat dilakukan bila indeks KMO lebih besar dari 0.5. *Bartlett's test* digunakan untuk menguji apakah matriks korelasi hubungan antara variabel adalah matriks identitas. Hal ini digunakan untuk menguji kecukupan hubungan antara variabel dimana matriks identitas berisikan diagonal matriks dengan nilai *Eigenvalue* > 1 . (*Eigenvalue* represents the total variance explained by each factor, jadi maksudnya *Eigenvalue* adalah angka atau nilai yang menunjukkan total variance dari tiap faktor yang dapat dijelaskan oleh faktor baru yang terbentuk)

Berdasarkan nilai indeks KMO dari hasil *output* SPSS, bila indeks KMO > 0.5 , maka model faktor yang terbentuk layak digunakan. Setelah pemeriksaan terhadap nilai KMO dan *Bartlett's test*, dilakukan juga pemeriksaan terhadap nilai *anti-image correlation* yang ditunjukkan oleh nilai diagonal dari kiri atas ke kanan bawah yang bertanda huruf a pada setiap nilainya (nilai *Measure of Sampling Adequacy, MSA*).

Bila nilai MSA < 0.5 maka variabel tersebut sebaiknya di *drop* (dibuang) dari sistem analisis dan dilakukan analisis ulang hingga mencapai semua nilai MSA > 0.5 . Bila semua nilai MSA > 0.5 maka peneliti dapat melanjutkan dan melakukan *factor analysis* dan *factor analysis* dianggap cukup layak dan dapat dipercaya hasilnya.

Nilai MSA sendiri diformulasikan sebagai berikut:

$$MSA = \frac{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2}{\sum_{i \neq j} r_{ij}^2 + \sum_{i \neq j} a_{ij}^2}$$

dimana r_{ij} adalah korelasi antara variabel i dan j dan a_{ij} adalah korelasi parsial antara variabel i dan j .

Rotation adalah teknik untuk menyederhanakan data atau mereduksi dari beberapa variabel menjadi lebih sedikit, dengan menggabungkan beberapa kategori yang memiliki kategori yang sama.

Metode yang umum dan populer digunakan adalah **Varimax Method**, yaitu teknik rotasi *orthogonal* untuk meringkas beberapa variabel yang mempunyai tingkat *loading factor* yang tinggi dan berkontribusi kuat pada faktor yang terbentuk.

Tabel **Descriptive Statistics** menjelaskan tentang rata-rata dan standar deviasi dari atribut-atribut yang membentuk nilai kepuasan terhadap universitas bunda mulia.

Tabel **Communalities** menerangkan berapa persen faktor atau variabel baru yang terbentuk dari *factor analysis* dapat menerangkan varians dari variabel tersebut.

Total Variance Explained menerangkan nilai persen dari varians yang mampu diterangkan oleh banyaknya faktor yang terbentuk. Nilai ini didasarkan dari nilai *eigenvalue*. Nilai *eigenvalue* menggambarkan kepentingan relatif masing-masing faktor dalam menghitung varians dari semua variabel yang dianalisis. Secara umum banyaknya faktor yang harus diambil didasarkan kepada faktor dengan nilai *eigenvalue* > 1.

Diagram Scree Plot menerangkan hubungan antara banyaknya faktor yang terbentuk dengan nilai *eigenvalue* dalam bentuk grafik, dan pada grafik tersebut dapat dilihat beberapa faktor yang terbentuk yang mempunyai nilai *eigenvalue* > 1 .

Rotated Component Matrix adalah nilai *loading factor* dari setiap variabel yang terbentuk dan merupakan ekstrak dari beberapa variabel yang dianggap berpengaruh terhadap faktor yang terbentuk, dan dapat digolongkan menjadi faktor utama (yang terletak pada kolom 1 dengan nilai tertinggi), faktor kedua (yang terletak pada kolom 2 dengan nilai tertinggi), dan faktor ketiga (yang terletak pada kolom 3 dengan nilai tertinggi).

Factor Loading, Hair, Bush, Ortinau (2009:564), *factor loading is a simple correlation between the variables and the factors.*

Hair, Black, Babin, Anderson (2010:117), nilai *factor loading* menggambarkan hubungan antara variabel asal dengan variabel faktor.

Dalam menganalisis data penelitian ini digunakan metode kuantitatif, skala interval. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai apakah ada faktor-faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan para mahasiswa SOM terhadap universitas bunda mulia, maka penulis menggunakan *factor analysis*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Reliability and Validity:

Hasil *test reliability* dan *validity* didapatkan realibilitas *Cronbach's Alpha* sebesar $0.899 > 0.7$, yang berarti *reliable*, dan *Corrected Item-Total Correlation* untuk semua pertanyaan mempunyai nilai > 0.2 , yang berarti kuesioner penelitian sudah memenuhi kriteria *reliable* dan *valid*.

Hasil *test reliability* dan *validity* adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .899 | 20 |

Dari penelitian didapatkan *Cronbach's Alpha* 0.899 sehingga dapat dijelaskan *reliability* $0.899 > 0.7$ atau sangat *reliable* dan semua *Corrected Item-Total Correlation* mempunyai nilai > 0.2 , sehingga penelitian dianggap sangat *reliable* dan *valid*.

Factor Analysis:

Tabel KMO and Bartlett's Test

| | | |
|--|--------------------|---------|
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | .838 |
| | Approx. Chi-Square | 991.160 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Df | 190 |
| | Sig. | .000 |

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa output SPSS menunjukkan KMO MSA sebesar 0.838 (menurut *Hair, Black, Babin, Anderson*, pada tabel 4.1 nilai KMO MSA 0.8 – 0.9 adalah *meritorius*, atau sangat befaedah, bermanfaat dan baik). KMO MSA sebesar $0.838 > 0.5$ dengan nilai Sig $0.000 < 0.05$ sehingga dapat disimpulkan proses *factor analysis* dapat dilanjutkan untuk mendapatkan hasil analisis yang *reliable*.

Anti-image Matrices:

Pada hasil *output* SPSS *Anti-image Matrices* pada bagian *Anti-image Correlation* terlihat bahwa semua angka-angka dari diagonal kiri atas ke diagonal kanan bawah yang bertanda “a” yang menandakan besarnya MSA sebuah variabel semuanya berada pada nilai > 0.5 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dimasukkan dalam proses *factor analysis* dan proses *factor analysis* dapat dilanjutkan dan tidak ada variabel yang harus dikeluarkan dari *factor analysis*.

Tabel Communalities

| | Initial | Extraction |
|---|---------|------------|
| Semua yang dijanjikan, termasuk kuliah yang dijanjikan oleh UBM saat saya masuk ke SOM adalah sudah sesuai dan benar | 1.000 | .650 |
| Promosi yang dilakukan oleh UBM saat saya masuk ke SOM sesuai dengan apa yang saya dapatkan saat kuliah sekarang ini | 1.000 | .753 |
| Kuliah di SOM baik dosennya, materi pelajarannya maupun waktu untuk mengajar sudah bagus dan sesuai | 1.000 | .642 |
| Saya suka kuliah di SOM karena sesuai dengan apa yang saya bayarkan ke UBM untuk kualitas dosen yang mengajar, pelajarannya, pelayanannya, maupun kondisi fasilitas kampus di UBM | 1.000 | .683 |
| Pelayanan di UBM sangat cepat dan akurat serta sudah sesuai | 1.000 | .654 |
| Jika kami mendapatkan masalah, UBM cepat, tanggap dan tepat dalam menyelesaikan masalah tersebut | 1.000 | .665 |
| Dosen di SOM merespon dengan baik pertanyaan kami saat kuliah dan sudah sesuai dengan yang kami harapkan | 1.000 | .643 |
| Kami mahasiswa SOM mendapatkan pelayanan informasi dari UBM yang baik dan sesuai serta sudah memadai | 1.000 | .615 |
| Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sopan dan baik serta memberikan rasa aman | 1.000 | .757 |
| Dosen di SOM secara konsisten mengajar dengan baik, memberikan pelayanan yang baik serta mau membantu mahasiswa SOM | 1.000 | .752 |
| Dosen yang mengajar di SOM selalu menggunakan waktu dengan tepat dan sesuai dan tidak pernah terlambat | 1.000 | .648 |
| Dosen yang mengajar di SOM berkualitas, berpengetahuan luas dan mampu menjawab dengan baik pertanyaan mahasiswa | 1.000 | .767 |
| Dosen yang mengajar di SOM mengerti dan mengajar dengan baik sesuai dengan kebutuhan mahasiswa SOM | 1.000 | .649 |
| Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sepenuh hati kebutuhan mahasiswa SOM | 1.000 | .715 |
| Peminatan SOM secara konsisten melayani dengan memuaskan dan memberikan solusi kebutuhan mahasiswa SOM | 1.000 | .716 |
| Waktu kuliah di SOM sudah baik, sesuai dan menyenangkan | 1.000 | .629 |
| Materi pelajaran dari dosen yang mengajar di SOM sudah sangat sesuai dan memuaskan dan sudah sesuai dengan yang kami bayarkan | 1.000 | .733 |
| Fasilitas perpustakaan untuk kuliah di SOM sudah sesuai dan memuaskan | 1.000 | .521 |
| Kebersihan, keadaan ruangan kuliah, AC, LCD proyektor, komputer di kelas sudah sesuai dan memuaskan | 1.000 | .707 |
| Dosen yang mengajar di SOM tampak profesional, berpakaian rapi, dan mengajar dengan profesional sesuai dengan harapan saya ketika saya masuk menjadi mahasiswa di SOM | 1.000 | .653 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Pada tabel *Communalities*, nilai *initial* merupakan variabel sebelum dilakukan ekstrak. Semua nilai *initial* adalah 1, berarti bahwa sebelum dilakukan ekstraksi, variabel tersebut 100% membentuk faktor tersebut, karena faktor sebelum dilakukan ekstraksi adalah sama dengan 20 variabel tersebut. Nilai *extraction* menggambarkan

besarnya persentase varian suatu variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Untuk variabel “saya memilih UBM karena orang tua saya hanya mampu membayar uang pangkal yang ditawarkan UBM” mempunyai nilai *extraction* 0.650. Hal ini berarti bahwa 65.0% varian dari variabel “semua yang dijanjikan, termasuk kuliah yang dijanjikan oleh UBM saat saya masuk ke *SOM* adalah sudah sesuai dan benar” dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Sedangkan untuk variabel “dosen yang mengajar di *SOM* berkualitas, berpengetahuan luas dan mampu menjawab dengan baik pertanyaan mahasiswa” mempunyai nilai *extraction* 0.767. Hal ini berarti bahwa 76.7% varian dari variabel “dosen yang mengajar di *SOM* berkualitas, berpengetahuan luas dan mampu menjawab dengan baik pertanyaan mahasiswa” dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk. Semakin besar nilai *Communalities* menunjukkan semakin kuat hubungannya dengan faktor yang nantinya akan terbentuk.

Tabel Total Variance Explained

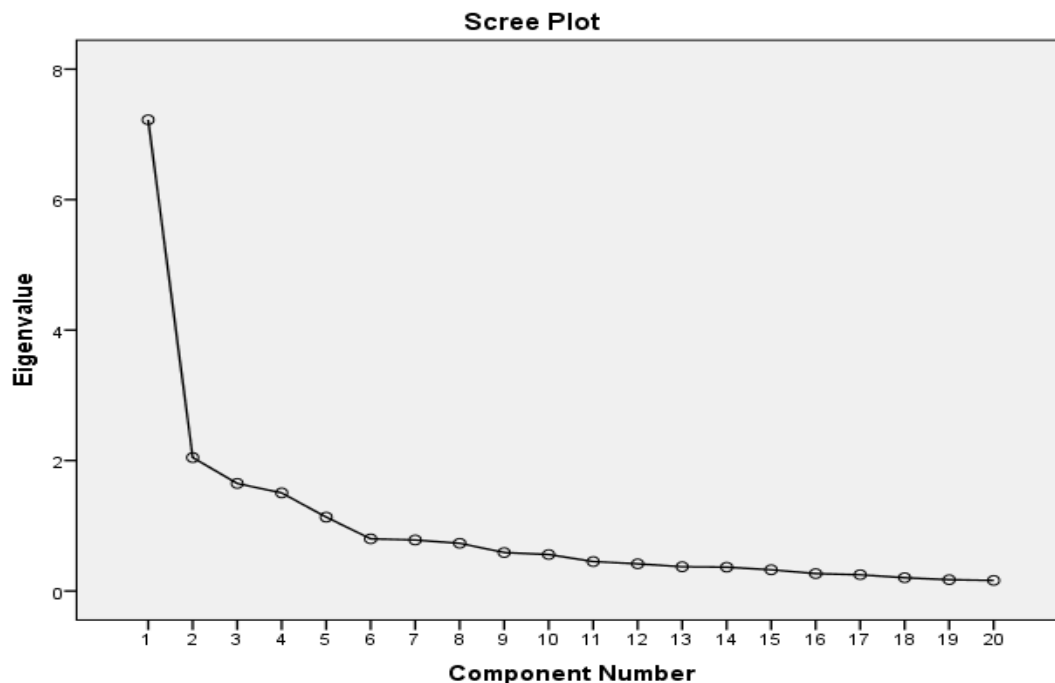
| Component | Initial Eigenvalues | | | Extraction Sums of Squared Loadings | | | Rotation Sums of Squared Loadings | | |
|-----------|---------------------|---------------|--------------|-------------------------------------|---------------|--------------|-----------------------------------|---------------|--------------|
| | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % | Total | % of Variance | Cumulative % |
| 1 | 7.223 | 36.113 | 36.113 | 7.223 | 36.113 | 36.113 | 4.247 | 21.233 | 21.233 |
| 2 | 2.045 | 10.226 | 46.339 | 2.045 | 10.226 | 46.339 | 2.719 | 13.595 | 34.828 |
| 3 | 1.649 | 8.243 | 54.582 | 1.649 | 8.243 | 54.582 | 2.643 | 13.216 | 48.043 |
| 4 | 1.504 | 7.520 | 62.101 | 1.504 | 7.520 | 62.101 | 2.381 | 11.903 | 59.946 |
| 5 | 1.132 | 5.662 | 67.764 | 1.132 | 5.662 | 67.764 | 1.563 | 7.817 | 67.764 |
| 6 | .800 | 3.998 | 71.762 | | | | | | |
| 7 | .782 | 3.908 | 75.670 | | | | | | |
| 8 | .732 | 3.660 | 79.329 | | | | | | |
| 9 | .590 | 2.950 | 82.279 | | | | | | |
| 10 | .559 | 2.794 | 85.074 | | | | | | |
| 11 | .451 | 2.257 | 87.331 | | | | | | |
| 12 | .417 | 2.083 | 89.414 | | | | | | |
| 13 | .372 | 1.859 | 91.273 | | | | | | |
| 14 | .366 | 1.828 | 93.100 | | | | | | |
| 15 | .325 | 1.627 | 94.727 | | | | | | |
| 16 | .266 | 1.330 | 96.057 | | | | | | |
| 17 | .249 | 1.246 | 97.304 | | | | | | |
| 18 | .204 | 1.021 | 98.324 | | | | | | |
| 19 | .173 | .865 | 99.190 | | | | | | |
| 20 | .162 | .810 | 100.000 | | | | | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Tabel *Total Variance Explained*, digunakan untuk mengetahui banyaknya faktor yang terbentuk. Faktor yang terbentuk harus mempunyai nilai *eigenvalue* > 1. Dari hasil analisis output SPSS pada tabel 5.4 dapat diperoleh informasi bahwa jumlah faktor yang terbentuk adalah 5 faktor, yaitu faktor pertama dengan nilai *eigenvalue* 7.223, faktor kedua dengan nilai *eigenvalue* 2.045, faktor ketiga dengan nilai *eigenvalue* 1.649, faktor keempat dengan nilai *eigenvalue* 1.504, dan faktor kelima dengan nilai *eigenvalue* 1.132. Jumlah total dari semua *eigenvalue* adalah 20 atau sama dengan jumlah variabel yang dianalisis, yaitu 20 variabel. *Percentage of variance* dari faktor kesatu (1) yang terbentuk adalah $(7.223/20) \times 100\% = 36.115\%$, sedangkan *percentage of variance* dari faktor kedua (2) yang terbentuk adalah $(2.045/20) \times 100\% = 10.225\%$, sedangkan *percentage of variance* dari faktor ketiga

(3) yang terbentuk adalah $(1.649/20) \times 100\% = 8.245\%$, sedangkan *percentage of variance* dari faktor keempat (4) yang terbentuk adalah $(1.504/20) \times 100\% = 7.520\%$, dan *percentage of variance* dari faktor kelima (5) yang terbentuk adalah $(1.132/20) \times 100\% = 5.660\%$, seperti yang ditunjukkan pada kolom *% of Variance* di tabel 5.4. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *cumulative percentage of variance* kelima (5) faktor yang terbentuk adalah $36.115\% + 10.225\% + 8.245\% + 7.520\% + 5.660\% = 67.765\%$, seperti yang ditunjukkan pada kolom *Cummulative %* pada tabel 5.4.

Gambar Scree Plot



Gambar *Scree Plot* menentukan jumlah optimum dari banyaknya faktor yang terbentuk. Terlihat bahwa ada lima (5) faktor yang mempunyai nilai *eigenvalue* ≥ 1 . Hanya faktor yang memiliki *eigenvalue* sama atau lebih besar dari 1 yang dipertahankan dalam model *factor analysis*, sedangkan faktor lainnya yang mempunyai nilai *eigenvalue* < 1 harus dikeluarkan dari model *factor analysis*.

Tabel Component Matrix

Component Matrix^a

| | Component | | | | |
|---|-----------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Semua yang dijanjikan, termasuk kuliah yang dijanjikan oleh UBM saat saya masuk ke SOM adalah sudah sesuai dan benar | .588 | .335 | .085 | -.430 | .000 |
| Promosi yang dilakukan oleh UBM saat saya masuk ke SOM sesuai dengan apa yang saya dapatkan saat kuliah sekarang ini | .638 | .088 | .295 | -.421 | -.272 |
| Kuliah di SOM baik dosennya, materi pelajarannya maupun waktu untuk mengajar sudah bagus dan sesuai | .759 | -.088 | .059 | -.046 | .229 |
| Saya suka kuliah di SOM karena sesuai dengan apa yang saya bayarkan ke UBM untuk kualitas dosen yang mengajar, pelajarannya, pelayanannya, maupun kondisi fasilitas kampus di UBM | .643 | -.189 | .427 | .030 | -.225 |
| Pelayanan di UBM sangat cepat dan akurat serta sudah sesuai | .417 | .476 | .151 | .467 | .113 |
| Jika kami mendapatkan masalah, UBM cepat, tanggap dan tepat dalam menyelesaikan masalah tersebut | .600 | .404 | .055 | .368 | .052 |
| Dosen di SOM merespon dengan baik pertanyaan kami saat kuliah dan sudah sesuai dengan yang kami harapkan | .667 | -.205 | .099 | -.382 | -.025 |
| Kami mahasiswa SOM mendapatkan pelayanan informasi dari UBM yang baik dan sesuai serta sudah memadai | .510 | .451 | -.380 | -.085 | -.004 |
| Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sopan dan baik serta memberikan rasa aman | .574 | .168 | -.535 | .128 | -.312 |
| Dosen di SOM secara konsisten mengajar dengan baik, memberikan pelayanan yang baik serta mau membantu mahasiswa SOM | .644 | -.532 | -.209 | .045 | .087 |
| Dosen yang mengajar di SOM selalu menggunakan waktu dengan tepat dan sesuai dan tidak pernah terlambat | .467 | -.344 | -.231 | .475 | .183 |
| Dosen yang mengajar di SOM berkualitas, berpengetahuan luas dan mampu menjawab dengan baik pertanyaan mahasiswa | .726 | -.437 | .190 | .102 | .043 |
| Dosen yang mengajar di SOM mengerti dan mengajar dengan baik sesuai dengan kebutuhan mahasiswa SOM | .610 | -.427 | .274 | .114 | -.075 |
| Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sepenuh hati kebutuhan mahasiswa SOM | .544 | .170 | -.165 | .425 | -.427 |
| Peminatan SOM secara konsisten melayani dengan memuaskan dan memberikan solusi kebutuhan mahasiswa SOM | .800 | .067 | -.204 | -.171 | -.031 |
| Waktu kuliah di SOM sudah baik, sesuai dan menyenangkan | .486 | .109 | -.466 | -.322 | .247 |
| Materi pelajaran dari dosen yang mengajar di SOM sudah sangat sesuai dan memuaskan dan sudah sesuai dengan yang kami bayarkan | .802 | -.208 | -.130 | -.014 | -.170 |
| Fasilitas perpustakaan untuk kuliah di SOM sudah sesuai dan memuaskan | .486 | .464 | .145 | -.133 | .174 |
| Kebersihan, keadaan ruangan kuliah, AC, LCD proyektor, komputer di kelas sudah sesuai dan memuaskan | .400 | .370 | .607 | .176 | .102 |
| Dosen yang mengajar di SOM tampak profesional, berpakaian rapi, dan mengajar dengan profesional sesuai dengan harapan saya ketika saya masuk menjadi mahasiswa di SOM | .409 | -.050 | -.029 | .047 | .693 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 5 components extracted.

Tabel *Component Matrix* digunakan untuk mendistribusikan variabel-variabel yang telah diekstrak ke dalam faktor yang terbentuk berdasarkan *factor loading* nya. Interpretasi faktor dilakukan dengan mengklasifikasikan variabel yang mempunyai tingkat *factor loading minimum* 0.55 sedangkan variabel dengan *factor loading* < 0.55 harus dikeluarkan dari model. *Factor loading* 0.55 didapat dari tabel 4.2 berdasarkan jumlah sampel penelitian yang diambil yaitu 100 responden. Variabel yang mempunyai tingkat *factor loading* di atas 0.55 adalah variabel yang dipilih oleh responden dengan nilai yang tinggi, maksudnya nilai dari para responden yang memilih nilai 4 = setuju dan 5 = sangat setuju, sedangkan nilai rendah yang dipilih oleh para responden akan memunculkan variabel dengan nilai *factor loading* di bawah 0.55 karena tingkat *factor loading minimum* adalah 0.55 untuk jumlah sampel 100 seperti yang dijelaskan pada tabel 4.2 *Guidelines for Identifying Significant Factor Loadings Based on Sample Size*. Berdasarkan *output component matrix*, misalkan pada variabel ke 15 yaitu "Peminatan *SOM* secara konsisten melayani dengan memuaskan dan memberikan solusi kebutuhan mahasiswa *SOM*" sebelum dilakukan *Rotated Component Matrix* akan masuk ke dalam faktor 1 (utama). Hal ini karena korelasi variabel "Peminatan *SOM* secara konsisten melayani dengan memuaskan dan memberikan solusi kebutuhan mahasiswa *SOM*" korelasi terhadap faktor 1 adalah sebesar 0.800 lebih besar daripada korelasi terhadap faktor 2 yang hanya sebesar 0.067, dan juga lebih besar daripada korelasi faktor 3 yang hanya sebesar -0.204, dan juga lebih besar daripada korelasi faktor 4 yang hanya sebesar -0.171, dan juga lebih besar daripada korelasi faktor 5 yang hanya sebesar -0.031.

Jumlah kuadrat dari masing-masing *factor loading* pada semua faktor akan sama dengan besarnya *communalities*. Untuk variabel ke 15 ”program studi *SOM* secara konsisten melayani dengan memuaskan dan memberikan solusi kebutuhan mahasiswa *SOM*”, hasilnya adalah : $(0.800)^2 + (0.067)^2 + (-0.204)^2 + (-0.171)^2 + (-0.031)^2 = 0.64 + 0.004489 + 0.041616 + 0.029241 + 0.000961 = 0.716307$ dibulatkan menjadi 0.716, nilai ini sama dengan nilai 0.716 untuk variabel ”Peminatan *SOM* secara konsisten melayani dengan memuaskan dan memberikan solusi kebutuhan mahasiswa *SOM*” pada kolom *Extraction* di tabel 5.3 *Communalities*.

Tabel Rotated Component Matrix^a

| | Component | | | | |
|--|-----------|------|------|------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Semua yang dijanjikan, termasuk kuliah yang dijanjikan oleh UBM saat saya masuk ke <i>SOM</i> adalah sudah sesuai dan benar | | | .727 | | |
| Promosi yang dilakukan oleh UBM saat saya masuk ke <i>SOM</i> sesuai dengan apa yang saya dapatkan saat kuliah sekarang ini | | | .744 | | |
| Kuliah di <i>SOM</i> baik dosennya, materi pelajarannya maupun waktu untuk mengajar sudah bagus dan sesuai | | | | | |
| Saya suka kuliah di <i>SOM</i> karena sesuai dengan apa yang saya bayarkan ke UBM untuk kualitas dosen yang mengajar, pelajarannya, pelayanannya, maupun kondisi fasilitas kampus di UBM | .679 | | | | |
| Pelayanan di UBM sangat cepat dan akurat serta sudah sesuai | | | | .764 | |
| Jika kami mendapatkan masalah, UBM cepat, tanggap dan tepat dalam menyelesaikan masalah tersebut | | | | .676 | |
| Dosen di <i>SOM</i> merespon dengan baik pertanyaan kami saat kuliah dan sudah sesuai dengan yang kami harapkan | | | .554 | | |
| Kami mahasiswa <i>SOM</i> mendapatkan pelayanan informasi dari UBM yang baik dan sesuai serta sudah memadai | | .620 | | | |
| Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sopan dan baik serta memberikan rasa aman | | .839 | | | |
| Dosen di <i>SOM</i> secara konsisten mengajar dengan baik, memberikan pelayanan yang baik serta mau membantu mahasiswa <i>SOM</i> | .742 | | | | |
| Dosen yang mengajar di <i>SOM</i> selalu menggunakan waktu dengan tepat dan sesuai dan tidak pernah terlambat | .550 | | | | |
| Dosen yang mengajar di <i>SOM</i> berkualitas, berpengetahuan luas dan mampu menjawab dengan baik pertanyaan mahasiswa | .837 | | | | |
| Dosen yang mengajar di <i>SOM</i> mengerti dan mengajar dengan baik sesuai dengan kebutuhan mahasiswa <i>SOM</i> | .786 | | | | |
| Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sepenuh hati kebutuhan mahasiswa <i>SOM</i> | | .643 | | | |
| Peminatan <i>SOM</i> secara konsisten melayani dengan memuaskan dan memberikan solusi kebutuhan mahasiswa <i>SOM</i> | | | | | |
| Waktu kuliah di <i>SOM</i> sudah baik, sesuai dan menyenangkan | | | | | |

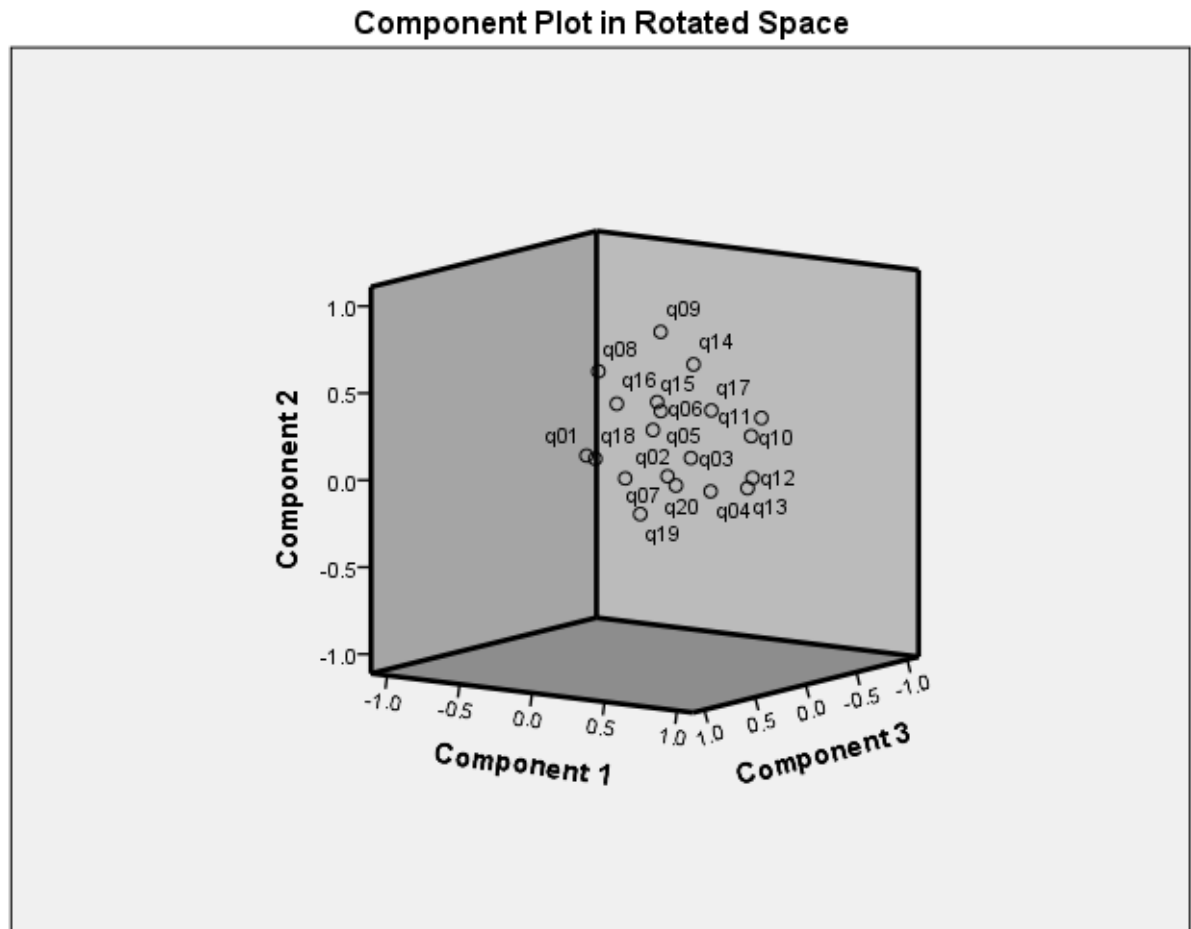
| | | | | | |
|---|------|--|--|------|------|
| Materi pelajaran dari dosen yang mengajar di SOM sudah sangat sesuai dan memuaskan dan sudah sesuai dengan yang kami bayarkan | .656 | | | | |
| Fasilitas perpustakaan untuk kuliah di SOM sudah sesuai dan memuaskan | | | | | |
| Kebersihan, keadaan ruangan kuliah, AC, LCD proyektor, komputer di kelas sudah sesuai dan memuaskan | | | | .751 | |
| Dosen yang mengajar di SOM tampak profesional, berpakaian rapi, dan mengajar dengan profesional sesuai dengan harapan saya ketika saya masuk menjadi mahasiswa di SOM | | | | | .737 |

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
 a. Rotation converged in 11 iterations.

Tabel *Rotated Component Matrix*, menunjukkan nilai korelasi antara setiap variabel terhadap faktor yang terbentuk. Nilai korelasi ini disebut juga *factor loading*. Tanpa melihat tanda (+/-) pada nilai *factor loading* ke 20 variabel, maka ke 20 variabel dapat direduksi menjadi 5 faktor saja yaitu yang mempunyai nilai eigenvalue ≥ 1 . Hanya faktor yang memiliki *eigenvalue* lebih besar atau sama dengan 1 (≥ 1) yang dipertahankan dalam model *factor analysis*, sedangkan yang lainnya dengan nilai *eigenvalue* < 1 harus dikeluarkan dari model. Pengelompokan tiap variabel untuk masuk dalam suatu faktor dilihat dari *loading factor* yang terbesar.

Dengan demikian dari hasil output tabel *Rotated Component Matrix*, dapat disimpulkan bahwa faktor yang menentukan kepuasan mahasiswa SOM terhadap Universitas Bunda Mulia dapat dikelompokkan hanya dalam 5 faktor saja, faktor yang pertama atau faktor utama adalah faktor dengan nilai kepuasan yang sangat puas atau sangat kuat terhadap universitas bunda mulia sedangkan faktor kedua mempunyai nilai kepuasan yang kurang dibandingkan dengan faktor utama, sedangkan faktor yang kelima merupakan faktor yang terlemah dan merupakan faktor dengan nilai kepuasan mahasiswa SOM yang paling rendah terhadap Universitas Bunda Mulia, atau dapat dikatakan faktor pertama mencerminkan sangat puas, faktor kedua adalah

kurang puas, faktor ketiga adalah tidak puas dan demikian seterusnya, dan faktor kelima mencerminkan ketidakpuasan yang sangat dari mahasiswa *SOM* terhadap Universitas Bunda Mulia.



Gambar *Component Plot in Rotated Space*, digunakan untuk melihat bahwa sebaran semua variabel sesuai dengan kelompok faktornya, variabel yang termasuk dalam faktor 1 akan membentuk satu kelompok sedangkan variabel yang termasuk dalam faktor 2 juga membentuk satu kelompok. Demikian juga dengan variabel yang termasuk dalam faktor 3, 4, dan 5, juga akan membentuk satu kelompok tersendiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penulis berkesimpulan bahwa mahasiswa yang kuliah di *School of Marketing* sangat puas terhadap Universitas Bunda Mulia, terutama adalah dari faktor dosen yang mengajar. Hal ini dapat terlihat dari hasil *factor analysis* bahwa faktor yang sangat mendukung kepuasan mahasiswa *SOM* terhadap Universitas Bunda Mulia terdiri dari faktor:

”Dosen yang mengajar di *SOM* berkualitas, berpengetahuan luas dan mampu menjawab dengan baik pertanyaan mahasiswa”, dengan nilai faktor tertinggi 0.837,

“Dosen yang mengajar di *SOM* mengerti dan mengajar dengan baik sesuai dengan kebutuhan mahasiswa *SOM*”, dengan nilai faktor 0.786,

“Dosen di *SOM* secara konsisten mengajar dengan baik, memberikan pelayanan yang baik serta mau membantu mahasiswa *SOM*”, dengan nilai faktor 0.742,

“Saya suka kuliah di *SOM* karena sesuai dengan apa yang saya bayarkan ke UBM untuk kualitas dosen yang mengajar, pelajarannya, pelayanannya, maupun kondisi fasilitas kampus di UBM”, dengan nilai faktor 0.679,

“Materi pelajaran dari dosen yang mengajar di *SOM* sudah sangat sesuai dan memuaskan dan sudah sesuai dengan yang kami bayarkan”, dengan nilai faktor 0.656,

“Dosen yang mengajar di *SOM* selalu menggunakan waktu dengan tepat dan sesuai dan tidak pernah terlambat”, dengan nilai faktor terendah 0.550.

Faktor utama yang sangat mendukung kepuasan dari mahasiswa *SOM* terhadap Universitas Bunda Mulia diwakili oleh 6 faktor, dan faktor ini dapat disebut sebagai faktor dosen. Faktor utama adalah merupakan faktor yang sangat kuat.

Selain itu mahasiswa yang kuliah di *SOM* cukup puas terhadap Universitas Bunda Mulia, terutama adalah dari faktor karyawan yang melayani mahasiswa di Universitas Bunda Mulia. Hal ini dapat terlihat dari hasil *factor analysis* bahwa faktor yang cukup mendukung kepuasan mahasiswa *SOM* terhadap Universitas Bunda Mulia terdiri dari faktor:

”Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sopan dan baik serta memberikan rasa aman”, dengan nilai faktor tertinggi 0.839,

”Karyawan di bagian pelayanan UBM secara konsisten melayani dengan sepenuh hati kebutuhan mahasiswa *SOM*”, dengan nilai faktor 0.643,

“Kami mahasiswa *SOM* mendapatkan pelayanan informasi dari UBM yang baik dan sesuai serta sudah memadai”, dengan nilai faktor terendah 0.620.

Faktor kedua yang cukup mendukung kepuasan mahasiswa *SOM* terhadap Universitas Bunda Mulia diwakili oleh 3 faktor, dan faktor ini dapat disebut sebagai faktor karyawan Universitas Bunda Mulia.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini cukup bermanfaat bagi peminatan *School of Marketing* baik untuk saat ini maupun untuk masa yang akan datang mengenai faktor faktor apa saja yang menunjang kepuasan mahasiswa *School of Marketing* terhadap Universitas Bunda Mulia, hal-hal di atas dapat dijadikan masukan atau *feedback* untuk lebih meningkatkan kualitas dan pelayanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, Kumar, Day, 2007. *Marketing Research* (9th ed.). John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Burns, A.C., Bush R.F., 2010. *Marketing Research* (6th ed.). Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Cooper, R.D., Schindler, P.S., 2008. *Business Research Methods* (10th ed.). McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Gerson, R. F., 2004, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, Edisi 3, Penerbit PPM, Jakarta.
- Hair, Black, Babin, Anderson, 2010. *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Hair, Bush, Ortinau, 2009. *Marketing Research* (4th ed.). McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Hermawan, A., 2006, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Kontour, R., 2007. *Metode Penelitian* (2nd ed.). Penerbit PPM, Jakarta.
- Kotler, P., Keller, K.L., 2009, *Marketing Management*, 13th edition, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Malhotra, N.K., 2004. *Marketing Research, An Applied Orientation* (4th ed.). Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey.
- Nargundkar, R., 2008. *Marketing Research Text and Cases* (3rd ed.). Tata McGraw-Hill Publishing Company Limited, New Delhi.
- Nisfiannoor, M., 2009. *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*. Penerbit Salemba Humanika, Jakarta.

- Sangadji, E.M., Sopiah, 2010, Metodologi Penelitian, Pendekatan Praktis dalam Penelitian, Edisi 1, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Santoso, S., 2010. Statistik Multivariat (1st ed.). PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sarwono, J., Martadiredja, T., 2008. Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan (1st ed.). Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Sarwono, J., 2010, PASW Statistics 18, Belajar Statistik Menjadi Mudah dan Cepat, Edisi 1, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Suliyanto, 2005. Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran (1st ed.). Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Suliyanto, 2006. Metode Riset Bisnis (1st ed.). Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Sumarni, M., Wahyuni, S., 2006. Metodologi Penelitian Bisnis (1st ed.). Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Supriyanto, 2009. Metodologi Riset Bisnis (1st ed.). PT Indeks, Jakarta.
- Umar, H, 2003. Metode Riset Bisnis (2nd ed.). PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Uyanto, S.S., 2009, Pedoman Analisis Data dengan SPSS, Edisi 3, Penerbit Graha Wahana Komputer, 2009. SPSS 17 untuk Pengolahan Data Statistik, Penerbit ANDI, Yogyakarta.
- Wijaya, T., 2009. Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS. Penerbit Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
- Zikmund, W.G., Barry J. Babin, 2007. Exploring Marketing Research (9th ed.). Thomson South-Western, Mason Ohio.
- Zikmund, W.G., Barry J. Babin, 2010, Essentials of Marketing Research, 4th edition, South-Western, Cengage Learning, Asia.