

ABSTRAK

Feni Heryani (1200975), Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepercayaan Pelanggan Serta Implikasinya Pada Citra Perguruan Tinggi (Survei Pada Mahasiswa Universitas Bale Bandung) di bawah bimbingan Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P dan Dr. Vanessa Gaffar, SE.,AK.,MBA

Persaingan yang kompetitif di dunia pendidikan telah membantu meningkatkan pertumbuhan pendidikan di Indonesia. Ancaman yang dihadapi cukup besar dan persaingan dalam memperebutkan konsumen pada pasar yang sama semakin tinggi. Universitas Bale Bandung sebagai salah satu universitas swasta di Kabupaten Bandung kini mulai mengalami beberapa penurunan. Penurunan ini terjadi karena kepercayaan konsumen yang mengalami penurunan sehingga berimplikasi terhadap citra perguruan tinggi. Agar dapat bersaing di dunia pendidikan semua upaya dilakukan seperti meningkatkan kualitas jasa sehingga diharapkan kepercayaan konsumen mengalami peningkatan dan citra perguruan tinggi juga mengalami peningkatan. Tujuan penelitian ini dilakukan 1. untuk mengetahui tanggapan mahasiswa terhadap kualitas jasa pendidikan Universitas Bale Bandung, 2. untuk mengetahui tanggapan tingkat kepercayaan konsumen atau mahasiswa Universitas bale Bandung, 3. untuk mengetahui tanggapan tentang citra Universitas Bale Bandung, 4. untuk menjelaskan seberapa besar kualitas layanan mempengaruhi kepercayaan konsumen atau mahasiswa Universitas Bale Bandung, 5. untuk menjelaskan seberapa besar kepercayaan konsumen atau mahasiswa dapat mempengaruhi citra Universitas Bale Bandung, 6. untuk menjelaskan seberapa besar kualitas layanan dapat mempengaruhi citra Universitas Bale Bandung, 7. untuk menjelaskan seberapa besar kualitas layanan dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen atau mahasiswa serta berimplikasi terhadap citra Universitas Bale Bandung. Objek dalam penelitian ini ini adalah mahasiswa Universitas Bale Bandung. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan metode yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *path analysis* dengan alat bantu *software* SPSS 22.0. Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan nilai perhitungan yang diperoleh melalui analisis jalur tidak semua lebih besar dibandingkan dengan yang terdapat pada tabel. Artinya tidak semua terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas jasa, terhadap kepercayaan pelanggan serta implikasinya pada citra perguruan tinggi. Dalam upaya meningkatkan citra perguruan tinggi harus senantiasa meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan. Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa kualitas jasa memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pelanggan dan citra perguruan tinggi.

Kata kunci: Kualitas Jasa, Kepercayaan Pelanggan, Citra Perguruan Tinggi

ABSTRACT

Feni Heryani (1200975), *Effect of Customer Service Quality Of Faith And Its Implication On Image University (Survey On University Students Bale Bandung)* under the guidance of Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P and Dr. Vanessa Gaffar, SE., AK., MBA

Competitive rivalry in the world of education has helped increase the growth of education in Indonesia. Threats facing sizeable and competition for customers in the same market higher. University Bale Bandung as one private university in Bandung Regency is now starting to experience some decline. This decline occurred because consumer confidence is decreased so that the implications for the image of the college. In order to compete in the world of education all the efforts such as improving the quality of services so that consumer confidence is expected to increase and the image of higher education also increased. The purpose of this research is done 1 to determine the response of students to the quality of university education services Bale Bandung, 2. to determine the response levels of consumer confidence or mahasiswa bale University Bandung, 3. to determine the response of the image of the University of Bale Bandung, 4. to explain how much quality service affecting consumer confidence or mahasiswa University Bale Bandung, 5. to explain how much confidence customers or students can affect the image of the University of Bale Bandung, 6. to explain how much the quality of service can affect the image of the University of Bale Bandung, 7. to explain how much the quality of service could affect consumer confidence or mahasiswa as well as the implications for the image of the University of Bale Bandung. The object of this research is the students of the University of Bale Bandung. This type of research is quantitative research and the method used is descriptive verification method with a sample size of 100 respondents. Data analysis technique used is path analysis with SPSS 22.0 software tools. Based on research results overall value estimates obtained through the analysis of the paths are not all greater than that contained in the table. That is not all there is significant influence on the quality of services, the confidence of customers as well as the implications for the image of the college. In an effort to improve the image of the college must continually improve customer confidence in services being offered. Based on the results of research on hypothesis testing showed that the quality of services have an impact on customer confidence and the image of the college.

Keywords: *Service Quality, Customer Trust, Image University*